

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ  
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

**Дичковський Степан Іванович**



УДК 379.85:008

**ГЛОБАЛЬНІ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ПРАКТИК  
І ТЕХНОЛОГІЙ В КОНТЕКСТІ СТАНОВЛЕННЯ  
ЦИФРОВОГО СУСПІЛЬСТВА (DIGITAL SOCIETY)**

26.00.01 – теорія та історія культури

галузь знань – культурологія

Автореферат

дисертації на здобуття наукового ступеня

доктора культурології

Київ – 2021

Дисертацією є кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Роботу виконано на кафедрі арт-менеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв Міністерства культури та інформаційної політики України (Київ).

**Науковий консультант:** доктор культурології, професор  
**Кошієвська Ольга Рафаїлівна,**  
Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, завідувач кафедри арт-менеджменту та івент-технологій

**Офіційні опоненти:** доктор культурології, доцент  
**Божко Любов Дмитрівна,**  
Харківська державна академія культури, завідувач кафедри туристичного бізнесу

доктор культурології, професор  
**Петрова Ірина Владиславівна,**  
Київський національний університет культури і мистецтв, завідувач кафедри івент-менеджменту та індустрії дозвілля

доктор культурології, доцент  
**Виткалов Сергій Володимирович,**  
Рівненський державний гуманітарний університет, професор кафедри культурології та музеєзнавства

Захист відбудеться 22 квітня 2021 р. о 14.00 год на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 26.850.01 у Національній академії керівних кадрів культури і мистецтв за адресою: 01015, м. Київ, вул. Лаврська, 9, корпус 15, аудиторія 201.

З дисертацією можна ознайомитись у бібліотеці Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв за адресою: 01015, м. Київ, вул. Лаврська, 9, корпус 11.

Автореферат розіслано 20 березня 2021 року.

Вчений секретар  
спеціалізованої вченої ради,  
доктор культурології, професор



О. В. Овчарук

## ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

**Актуальність теми дослідження.** Кінець ХХ – початок ХХІ ст. ознаменувався виникненням різноманітних культурних і туристичних практик, що в умовах розвитку інформаційної цивілізації корелюються із розгортанням глобалізаційних процесів, поширенням цифрових технологій і виникненням віртуальної реальності. Протягом цього періоду туризм постає як один із найважливіших соціокультурних феноменів сучасного буття, якому властиві мобільність, візуалізація та експансія споживчих пріоритетів, а розрізнені аспекти туристичної діяльності трансформувалися не лише у високоефективний сектор економіки, а й у сферу соціально значущих послуг, механізм міжкультурних комунікацій, інструмент пізнання і самореалізації, засіб збереження унікальних культур і територій.

Інституціоналізація туризму безпосередньо пов'язана з динамікою культурних цінностей, суспільної діяльності та соціальних відносин, тому очевидною є потреба в теоретичній побудові адекватної моделі туристичних практик цифрового суспільства, концептуальні засади якої ґрунтуються на положеннях культурологічних, соціологічних, філософських, географічних та інших досліджень. Відсутність в епоху глобалізації й інформатизації суспільних процесів єдиного підходу до чіткого визначення сутності туризму та характеристик просторової організації соціокультурного середовища засобами туристичної діяльності стимулює підвищений інтерес до теорії та практики туризму представників різних наук, які розглядають цей феномен з позиції інкультурації особистості через розширений доступ до елементів соціокультурної сфери та об'єктів природної і культурної спадщини.

Масштабність соціальних змін, зумовлена розвитком цифрової інфраструктури та переходом на мережеві принципи соціокультурної взаємодії, впливає на темпи трансформацій індивідуальних і колективних культурних практик, персоналізацію моделей туристичної поведінки завдяки використанню нових інтернет-технологій у туристичній діяльності, виступає чинником становлення гібридних форм культури електронного типу, змінює ієрархії цінностей сучасного подорожування.

Тому особливої актуальності набувають етичні принципи функціонування сучасного віртуального простору, пізнавальні можливості глобальних систем комунікації і мережевих медіапроектів, які формують туристські інтереси, потреби, мотивації, впливають на конструювання культурних і споживчих практик просторової мобільності. Це відкриває нові перспективи для осмислення потенціалів і ризиків впливу віртуальних видів туризму на свідомість і поведінку людей перед такими інтегративними напрямками, як теоретична й прикладна культурологія; ставить на порядок денний перед науковим співтовариством питання просування нової цифрової культури в туристичній діяльності, що базується на взаємодії спеціально розроблених моделей, графічних зображень і віртуальних образів туристичних об'єктів; надає особливої актуальності міждисциплінарним дослідженням, присвяченим

вивченню ролі віртуальності у набутті нашого культурного досвіду та його представленості в сучасних туристичних практиках, транскультурним дискурсам формування в інформаційному просторі соціокультурної ідентичності, створеної в результаті розробки власних туристичних програм.

У контексті глобального конструювання світового соціокультурного простору, що пов'язане з процесами остаточного переходу цивілізації в інформаційне суспільство, відбувається посилення форм самовираження та самоідентифікації через популяризацію національних матеріальних і нематеріальних цінностей та об'єктів туризму культурного спрямування, консолідацію та інтеграцію інструментів позиціонування вітчизняного продукту на світовому ринку туристичних послуг. Це визначило специфіку розвитку культурного туризму, стимулювало підтримку ідентичності й унікальності місцевого туристичного середовища, сприяло особливій увазі до творчих і самобутніх видів туристської активності, виявленню специфіки культурних практик туризму на локальному рівні.

Водночас креативний підхід до просування місцевих історичних і природних ресурсів за рахунок поєднання таких механізмів і технологій, як культурне картування, вироблення стратегій розвитку територій, брендування культурної спадщини, стає основним засобом формування нових туристичних дестинацій і модернізації вже існуючих туристичних об'єктів у сучасному цифровому суспільстві.

На сьогодні відсутній єдиний підхід до концептуалізації сутності туристичних практик у контексті становлення інформаційної цивілізації та культурологічне осмислення змін, зумовлених розвитком віртуального туристичного простору, що ставить перед дослідниками завдання вирішення **наукової проблеми** – визначити особливості трансформаційних процесів у туристичних практиках і технологіях цифрового суспільства.

**Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.** Дисертацію виконано на кафедрі арт-менеджменту та івент-технологій Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв згідно з тематичним планом науково-дослідницької діяльності НАКККиМ на 2016–2020 роки. Дослідження є частиною комплексної теми «Актуальні проблеми культурології: теорія та історія культури» (державний реєстраційний номер: 0115U001572), у межах якої опрацьовано теоретико-методологічні аспекти глобальних трансформацій туристичних практик і технологій та визначено динаміку впливу культурної складової на моделі розвитку туристичної діяльності в контексті інформатизації суспільства.

**Мета дослідження** – концептуалізація культурологічних вимірів туристичних практик і технологій у перспективі становлення глобальних трендів цифрового суспільства.

Досягнення поставленої мети зумовило вирішення таких **завдань**:

- з'ясувати місце культурологічного дискурсу туризму в царині новітніх наукових концепцій;
- визначити специфіку функціонування інституту туризму як феномену інформаційного суспільства;

- обґрунтувати виникнення нових конфігурацій туризму в умовах становлення цифрової культури;
- дослідити основні дискурсивні поля трансформації культурних практик туристів у модусах індивідуалізації буття сучасної людини;
- виокремити основні моделі туристичної діяльності на різних етапах переходу постіндустріального суспільства до інформаційного суспільства й охарактеризувати ключові риси туристичних практик, які притаманні кожній моделі й виступають чинниками творення глобальної та регіональної культури;
- розкрити ресурсні та комунікаційні виміри соціокультурного картування як основного засобу модернізації туризму;
- проаналізувати закономірності презентації туристичних територій на прикладі регіональних стратегій соціокультурного розвитку;
- розкрити інноваційний потенціал брендування в межах творення соціокультурної і територіальної ідентичності;
- позначити компоненти архітектоніки системи підготовки фахівців туристичної діяльності в умовах розвитку смарт-суспільства.

**Об'єкт дослідження** – трансформаційні процеси туристичних практик і технологій в умовах становлення інформаційного суспільства.

**Предмет дослідження** – модифікації туристичних практик і технологій у культурологічних вимірах цифрового суспільства.

**Методи дослідження.** Методологічною основою дисертації є комплексний трансдисциплінарний підхід, що базується на працях вітчизняних і зарубіжних фахівців, які визначили роль туризму в становленні якісно нової парадигми глобалізованого суспільства в епоху цифрових технологій. На різних етапах роботи та при вирішенні окремих завдань, поставлених у дослідженні, застосовано сучасну методологію соціально-гуманітарного пізнання, що спирається на принципи діалектики, науковості та об'єктивності, поліпарадигмальні принципи дослідження синергетичного взаємозв'язку та взаємообумовленості форм культурного буття людини, основу якого становлять методи системного й культурологічного аналізу, контент-аналізу наукової літератури з туризму.

*Системний аналіз туризму* уможливив використання методології та інструментарію різних спеціальних дисциплін, що дало змогу розкрити концептуальний зміст цього феномену, усю множину внутрішніх і зовнішніх властивостей і відносин і в результаті виокремити туризм від схожих або пов'язаних з ним соціокультурних явищ; *культурологічний аналіз туризму* зумовив вироблення теоретичних підходів до вивчення туризму як культуротворчого чинника сучасної інформаційної цивілізації, що зазнає трансформації старих систем цінностей та ідентичностей і потребує набору нових смислів буття, що формують туристські інтереси, мотивації і практики; *контент-аналіз наукової літератури* застосовано на етапі вивчення об'єктів і явищ туризму як складника сфери культури, завдяки чому сформовано оціночні судження та інтерпретовано сучасні культурні практики в туристичній діяльності.

Для досягнення поставленої в дисертації мети використано такі загальнонаукові методи дослідження, як: компаративний аналіз, холістичний, системно-структурний, структурно-функціональний, аксіологічний, історичний, моделювання та філософського узагальнення: *компаративний аналіз* застосовано для інтерпретації модусів культурних і соціальних практик у туризмі інформаційного суспільства; *холістичний метод* уможливив аналіз окремих проявів туристичних практик у їх цілісності, *системно-структурний метод* дав можливість виділити моделі туристичної діяльності в культурному просторово-часовому континуумі цифрового суспільства, а *структурно-функціональний метод* – виявити функції туризму, що визначають його специфіку як соціокультурного інституту, виділити в об'єкті дослідження цілісну систему його структурних елементів, чинників трансформаційних процесів і зв'язків між ними. Застосування *аксіологічного методу* зумовлене необхідністю з'ясувати роль культурного туризму як каталізатора поширення ціннісних й естетичних моделей суспільної поведінки та досягнень світової культури, *історичного методу* – вивчити генезис туризму як соціокультурного явища в умовах трансформації суспільства; *метод моделювання* – осмислити процеси технологізації і віртуалізації туристичної діяльності, що спричинюють появу нових форм туристичної поведінки та визначають тенденції розвитку інноваційних туристичних практик; *метод філософського узагальнення* дав змогу використовувати при аналізі ідеологем сучасного суспільства основні теоретичні положення культурології, філософії, соціології і культурної географії, щоб виявити спільну світоглядну парадигму туризму як інтегративного соціокультурного явища, що характеризується поширенням нових засобів комунікацій, а туристичну діяльність осмислити як один з феноменів культуротворчості, у практиках якої чергуються періоди реального та віртуального туризму.

**Теоретико-методологічну основу дисертації** становлять як фундаментальні праці сучасних дослідників туристичної проблематики, у яких сформульовано та розроблено підходи, принципи, категорії та поняття, котрі набувають засадничого сенсу при всебічному дослідженні сутності туристичних практик, конкретних механізмів реалізації туристичних технологій у перспективі утвердження цифрового суспільства, так й узагальнюючі дослідження в галузі теорії та історії культури, культурології, філософії, соціології, частково наукові розвідки з культурної географії та інформаційних технологій у туризмі.

Теоретичною базою роботи стали:

– праці таких зарубіжних авторів, як: Ч. Голднер, В. Квартальнов, К. Крапф, Р. Макінтош, Б. Рітчі, Дж. Р. Уокер, В. Хунцикер – та українських: В. Антоненко, О. Бейдик, О. Головащенко, О. Кручек, О. Любіцева, Ю. Миронов, Н. Опанасюк, Ю. Столбова, В. Федорченко, які розглядали туризм як багатопланове соціально-економічне й соціокультурне явище та виокремили інституційний, соціологічний, історичний, географічний, економічний, управлінський і комплексний підходи до його вивчення.

– мультидисциплінарні й міжкультурні дослідження, які охоплюють певну галузь або кілька галузей наукового знання, зокрема:

- *виділення найбільш значущих домінант сучасного туризму* (Д. А. Аманжолова, Н. Аппакова-Шогіна, І. Зорін, А. Карамашева, В. Квартальнов, Н. Ф. Реймерс, Дж. Уокер, Т. Черняєва, Г. Шаркова);

- *дослідження феномену туризму з позиції соціально-філософського та культурологічного підходів*: З. Бауман, Н. Грабурн, А. Данелюк, Дж. Джафарі, Д. Замятін, Е. Кохен, В. Лях, Д. Маккенел, В. Малахов, В. Маслов, М. Мельничук, К. Мінка, Т. Оукс, Д. Пірс, Є. Рахуба, В. Сіверс, С. Соляник, Дж. Уррі, які розглядають культуру й туризм у їх діалектичній єдності як ресурси особистісного розвитку та вказують, що культурні потенції туризму можуть бути використані для виокремлення всіх можливих виявів людської життєдіяльності;

- *виділення груп дефініцій практик з позиції системного підходу* (Є. Більченко, П. Бурдьє, В. Волков, Ж. Делез, О. Копієвська, Г. Меднікова, О. Мельничук, Р. Петерсон, Л. Скокова, О. Хархордін, Н. Шульман, Ю. Шевчук, В. Щербина);

- *дослідження туристичних практик у взаємозв'язку з культурними процесами сучасності* в працях зарубіжних науковців (А. Алхутов, А. Ачмиз, З. Бауман, Ж. Бодріяр, М. Блюменкранц, А. Галіздра, І. Ігнат'єва, Б. Куїн, О. Лисікова, Є. Ліствіна, Є. Малишева, М. Маяцький, А. Овруцький, Є. Петрова, Н. Покровський, П. Скаянніс, М. Скопіна, Мелані К. Сміт, Ю. Стамбуліс, М. Соколова, Х. Сю, Дж. Уррі, Х. Чжан, Т. Черняєва, Г. Шаркова) та українських (Л. Божко, Є. Бортников, М. Будько, Г. Гарбар, Л. Голянич, С. Горський, І. Грабовець, І. Климко, І. Козлова, О. Красноруцький, В. Любарець, О. Любіцева, І. Мініч, Н. Моїсеєва, Г. Омельченко, С. Пилипенко, Д. Приймак, Д. Руссу, Ю. Серєда, С. Соляник, М. Шевчук);

– фундаментальні праці та наукові нароби, які обґрунтовують філософські, культурологічні й економічні передумови становлення цифрового суспільства (digital society) як структури, що сприяла:

- *створенню мережевої цивілізації, глобальної економіки та культури віртуальної реальності* (В. Воронкова, Д. Дубов, М. Згуровський, І. Кужелева-Саган, М. Каку, М. Кастельс, М. Маклюєн, Й. Масуда, М. Ожеван, Ф. Уєбстер, К. Фіоріна, Т. Фрідман);

- *виділенню елементів і трендів цифрової культури* (О. Астаф'єва, О. Бестужева, Д. Галкін, Н. Гірліна, М. Кастельс, Т. Кузнєцова, В. Курбатов, М. Маклюєн, В. Огорокова, Є. Савельєва, І. Сергєєва, Н. Соколова, І. Третьяков, Є. Ярославцева);

- *трансформації глобального туристичного простору та диджиталізації туристичної діяльності* (С. Бабушко, О. Гладкий, І. Крупа, В. Кушерець, Н. Моїсеєва, Г. Омельченко, С. Пилипенко, Е. Слободенюк);

– наукові розвідки зарубіжних та українських учених, що визначили сутнісні аспекти формування моделей туризму, культурна спрямованість яких безпосередньо пов'язана з процесами остаточного переходу цивілізації в

інформаційне суспільство та в постіндустріальну стадію розвитку туристичної діяльності, зокрема:

- *модель культурного туризму споживання і спадщини*, концептуальні засади якої ґрунтуються на організації пізнавальної діяльності туристів (М. Барна, Л. Божко, Д. Боровінська, М. Будько, Г. Гарбар, О. Голозубов, С. Гоелднер, В. Гордін, Є. Єгорова, Н. Кіндрачук, С. Красна, Г. Крос, О. Кузьмук, В. Кулік, Б. Мак-Керхер, Д. Маклеод, Є. Мошняга, І. Погорелова, О. Пронкевич, Г. Річардс, М. Робінсон, М. Сміт, А. Степанчук, Р. Стебінс, М. Сущинська, Д. Тросбі, І. Яцкевич), розвитку культурного туризму в умовах комодифікації культурної спадщини (А. Александрова, В. Георг, П. Герчанівська, А. Зайцева, Д. Замятін, С. Кот, Д. Лоуенталь, З. Мазурик, Ю. Мазуров, Н. Максаковський, П. Нора, К. Поливач, Н. Серафін, В. Степанов, М. Су, М. Шуб, П. Шульгін), використанні в туристичних практиках просторової структури культурних ландшафтів (О. Абаджі, Є. Арсеньєва, Ю. Веденін, В. Воловик, Г. Денисик, Т. Ісаченко, В. Каганський, В. Калущков, М. Кулешова, А. Кусков, М. Отнюкова, В. Пащенко, Дж. Уррі, П. Фоулер, Т. Черняєва) і технологій з підвищення репрезентативності ресурсів нематеріальної культурної спадщини в музейному топосі скансенів (О. Афанасьєв, Г. Балабанов, Ю. Бережна, З. Босик, А. Гаврилюк, О. Гончарова, Д. Каднічанський, Г. Карпова, М. Каулен, І. Ковальчук, Н. Кудерська, О. Нельзіна, Г. Новікова, Е. Нордерсон, Н. Саєнко, В. Тихонов, А. Хашімото);

- *модель культурного туризму вражень*, у якій технології обслуговування та виробництва туристичних послуг, спрямовані на підвищення комфортності перебування в туристичній дестинації, змінюються на технології створення вражень від: взаємодії з культурними пам'ятками (М. Арпентьєва, З. Бауман, Г. Белугіна, Д. Гілмор, О. Головка, В. Гордін, Р. Єнсен, Г. Карпова, Ю. Королук, Ф. Котлер, Т. Лі, Г. Михайліченко, О. Нікуліна, А. Овруцький, О. Орлова, В. Осокін, Б. Д. Пайн, Р. Палмер, Р. Прентіс, А. Пун, А. Рей, Г. Річардс, І. Руцинська, Є. Спірідонова, С. Стоун, М. Сущинська, О. Фрей, Л. Хорєва); участі в заходах подієвого туризму (Т. Адашова, С. Андертон, С. Анхольт, Б. Атрощенко, М. Бахтін, С. Бенкстон, А. Віндюк, Д. Гетц, Г. Долженко, Р. Карвалхо, Е. Кохен, А. Купченко, М. Матецька, А. Парфіненко, Д. Пікард, І. Посохов, Г. Річардс, І. Романова, Г. Уїнстон, І. Цуркан); фрагментації практик послуг гостинності (Л. Гончар, Т. Зайнуліна, Є. Зеленська, Дж. Ківела, М. Кобяк, Т. Литвиненко, П. Малєнцова, С. Морєва, І. Пандяк, Т. Пірсон, В. Пилипів, Е. Сіра, В. Сичова, А. Тішкіна, Дж. Уокер, С. Холл); конструювання образу території засобами культурних наративів (О. Афанасьєв, А. Галіздра, І. Гурова, Ю. Забалдіна, Р. Єнсен, Л. Кантоні, С. Крековіч, О. Лисікова, Є. Ліствіна, І. Мітін, О. Онищук, Ю. Полежаєв, С. Соляник, П. Стоковскі, Т. Черняєва, П. Ширінкін);

- *модель культурного туризму творчого досвіду*, що як основний ресурс пропонує практики формування нових сегментів креативного досвіду й переживань, набуття нових знань і вмій у результаті: розвитку культурного потенціалу міських територій (К. Аль-Хагла, А. Безпалова, Л. Берг, Ж. Бодріяр,



Д. Боровінська, А. Гладкий, Д. Джейкобс, Л. Зотова, Ш. Зукін, Р. Карвалхо, О. Кравченко, Ч. Лендрі, К. Лінч, Л. Мамфорд, Є. Мастеніца, Е. Мессінео, І. Писаревський, Г. Річардс, Л. Семенова, С. Щеглюк), формування туристичних просторів і центрів культури в індустріальних зонах (Л. Андрес, Є. Бурліна, К. Горб, Дж. Дуєт, В. Запарій, В. Казаков, Т. Кларк, С. Копіч, Л. Кравцова, Ю. Кузовенкова, Х. Лезер, Р. Ллойд, А. Отгаар, В. Пацюк, А. Скотт, М. Фальсер, Г. Хосперс, Д. Шиян), інкорпорації візуальних практик у систему віртуального туризму (С. Анхольт, П. Браславський, Д. Бухаліс, Г. Ешворт, В. Кушнарьов, І. Латипов, О. Лисікова, І. Лобанков, Д. Мак-Кеннелл, Г. Можаяєва, І. Пантелейчук, А. Пелешишин, Д. Півоваров, Н. Поврознік, М. Румянцев, Н. Соколова, Дж. Уррі, Т. Черняєва, О. Чулков, В. Шамлікашвілі), нових дискурсів туристичної мобільності (М. Арпентьєва, Ж. Атталі, З. Бауман, А. Бекарьов, В. Волков, Д. Волкнер, Ф. Гваттарі, А. Гусеклу, Ж. Дельоз, М. Кастельс, Е. Кохен, І. Книш, Ц. Макімото, Дж. Мейровіц, М. Менсон, Д. Мессі, В. Мітчелл, А. Петренко-Лисак, О. Русакова, Н. Сіссон, Т. Сулейменов, Дж. Уррі, Т. Ферісс, В. Фернандес, Ю. Шевчук, Д. Шлагвайн);

– дослідження практик і технологій туризму, що покращують ефективність використання природного та культурного потенціалів країни шляхом культурного картування (Н. Веселкова, Ф. Джеймісон, К. Лінч, О. Копієвська, Л. Матвійчук, І. Мітін, Д. Плаут, А. Попов, Ю. расул, В. Семенова, І. Скалабан, Г. Сорокіна, С. Стіварт, Ф. Тейлор, Л. Устюжаніна), розробки стратегій і програм розвитку культури й туризму (О. Астаф'єва, О. Бартощук, Дж. Вікери, І. Левицька), позиціонування і просування культури та туризму через брендування (Р. Абушкін, С. Анхольт, Т. Бистрова, І. Важеніна, І. Василенко, Д. Візгалов, А. Гаврилюк, К. Дінні, Д. Замятін, Н. Котова, І. Логунцова, В. Малькова, С. Мельниченко, В. Мірошніченко, О. Музиченко-Козловська, Т. Нагорняк, В. Пашкус, Р. Робертсон, А. Старцева, Г. Хенкінсон), формування полікультурного складника професійної підготовки майбутніх фахівців для гуманітарної сфери та туризму (Д. Аджемоглу, С. Александрова, О. Бестужева, Е. Вапнік, В. Воронкова, Б. Гривнак, С. Дичковський, О. Любіцева, Дж. Робінсон, Є. Сахарчук, Т. Сокол, І. Тищук, В. Федорченко, Р. Флоріда).

**Наукова новизна одержаних результатів.** Дисертація є авторською, теоретично достовірною й логічно завершеною науковою роботою з актуальних проблем теоретичної культурології.

*Уперше:*

– досліджено генезис туризму в соціокультурному просторово-часовому континуумі в умовах інтенсифікації віртуальних комунікацій і формування інформаційного типу мислення особистості, що зумовлює зміну класичних принципів вивчення туристичних практик і технологій на поліпарадигмальні принципи дослідження, які відбивають синергетичні взаємозв'язки становлення цифрової цивілізації;

– здійснено порівняльний аналіз авторських концепцій, що визначають

сутність становлення інституту туризму, і сформульовано власне визначення *специфіки сучасної стадії інституціоналізації туризму*, яка являє собою процес формування структури глобального туристичного простору, імплементації соціально-культурних і професійних компетенцій у зміст профільної освіти, організації міжнародної системи туристичної діяльності, за якої локальні соціальні практики, що визначали норми поведінки окремих мандрівників, стають частішими й тривалішими, залучають до туристичного споживання величезні людські ресурси та породжують нові форми ціннісних установок і правил поведінки туристів інформаційного суспільства, перетворюючи туризм на одну із функціональних сфер цифрової культури;

– доведено, що сучасний туризм за рахунок глобальних інформаційних технологій і накопичення вражень у культурному просторі туристичної дестинації все більшою мірою перетворюється на культурний туризм цифрового суспільства, що виконує роль каталізатора поширення ціннісних й естетичних моделей суспільної поведінки та досягнень світової культури;

– введено в науковий обіг поняття *модель туризму цифрового суспільства* як послідовність етапів і векторів розвитку туристичної діяльності, у їх тісному взаємозв'язку з трансформаційними процесами в культурі, і містить такі складові: *модель культурного туризму споживання і спадщини, модель культурного туризму вражень, модель культурного туризму творчого досвіду*;

– здійснено комплексне дослідження *системи практик туризму* як виду поведінкових стратегій, що визначають соціально-просторову організацію середовища, інструменту позиціонування національного культурного продукту та технології конструювання ідентичностей і побудови індивідуальних життєвих проектів, а також зміни модусу інтерпретації культурних практик у туризмі інформаційного суспільства, що зумовлює орієнтацію людей на пізнання і споживання цінностей культури, трансформацію способу життя і можливостей культурної самоідентифікації у віртуальних середовищах.

*Розширено:*

– опис і систематизацію основних туристичних практик і соціокультурних технологій, що є значущими для розвитку туризму цифрового суспільства. Обґрунтовано, що сучасні наукові дослідження туристичної діяльності мають враховувати особливості уніфікації різноманітних видів дозвілля та освіти, щоб розробити механізми саморозвитку особистості й технології конструювання ідентичності туриста в процесі індивідуальних, групових і колективних практик подорожі та підсилити культурологічну функцію туризму через орієнтацію людей на споживання цінностей культури;

– понятійний апарат, що відображає моделі туристичної діяльності та їх взаємообумовленість процесами переходу від постіндустріального до інформаційного суспільства;

– визначення понять *модель культурного туризму вражень* і *модель культурного туризму творчого досвіду*;

– теоретичну репрезентацію механізмів формування туристичних гетеротопій цифрового суспільства з урахуванням культурного картування,

розробки стратегій розвитку гуманітарної сфери й культурного брендування як інноваційних технологій соціокультурної та територіальної ідентичності, зміни підходів до архітекtonіки системи підготовки фахівців туристичної діяльності.

*Набули подальшого розвитку:*

- дослідження культурологічних аспектів туризму, розкриті через практики й технології інформаційного суспільства;
- наукові уявлення про особливий вплив процесів диджиталізації на культурно-аксіологічні практики подорожі;
- ідеї ідентифікації малих історичних міст України як просторів для формування нового креативного середовища, що має соціокультурний, туристський і рекреаційний потенціал, є результатом практик місцевих жителів, туристів та організаторів відпочинку, має іманентну неповторність і локалізацію;
- дослідження ніш культурного туризму завдяки практикам інтерпретації та верифікації вражень, посттуристичної рефлексії творчого досвіду, набутого в туристичній дестинації;
- уявлення про формування концептуального туристського простору, що об'єднаний і підпорядкований одній туристичній легенді (сторітелінгу);
- науково-практичні уявлення про особливості впливу інформаційного середовища на структурування туристичного контенту, що постає як механізм культурного охоплення цілих регіонів і країн, встановлення нових зв'язків з туристичними стейкхолдерами для оцінки, порівняння та вибору альтернатив подорожі, виникнення нових споживчих і культурних практик користувачів соціальних мереж.

**Теоретичне значення отриманих результатів дослідження** полягає в тому, що вони дають можливість осмислити з позицій сучасної культурології системну цілісність генезису туристичних практик і технологій як значимого компонента соціокультурної сфери інформаційного суспільства. Теоретичні узагальнення дисертації дозволили розробити цілісну інтегративну модель туризму цифрового суспільства, яка містить такі складові: модель культурного туризму спадщини, модель культурного туризму вражень, модель культурного туризму творчого досвіду, що сформувалися як послідовні етапи розвитку туристичної діяльності під впливом трансформаційних процесів у культурі. Цю модель туризму як найважливішого виду соціально-просторової організації соціокультурного середовища можна реалізовувати одночасно на всіх трьох рівнях чи використовувати лише фрагментарно, залежно від культурного й туристичного потенціалу території та креативного капіталу її жителів. Теоретичні положення й висновки дисертації, отримані в процесі дослідження, можуть бути застосовані при аналізі низки проблем теорії та історії культури й туризмології, у галузях культурології та філософії туризму, а також для подальшого аналізу проблем розвитку нових туристських практик і технологій інформаційного суспільства, розробки інструментів культурного картування, стратегій розвитку гуманітарної сфери й культурного брендування, формування нової архітекtonіки системи підготовки фахівців у сфері туризму.

**Практична цінність результатів дисертації.** Результати дослідження можуть бути використані при розробці національних, регіональних і локальних стратегій соціокультурного розвитку та відкривають можливості для розгортання нового напрямку в галузі теоретичної й практичної культурології. Одержані наукові результати можна використати в навчальному процесі при викладанні навчальних дисциплін: «Культурний туризм», «Продюсування міст і культурний туризм», «Культурологія туризму»; для вдосконалення змісту навчальних дисциплін «Історія та теорія туризму», «Туризмологія», «Культурні практики туризму» та розробки нових дисциплін гуманітарних і туризмознавчих, що досліджують феномен туризму з позицій теорії і практики культури, сучасної історії та культурології; у диференційованих програмах і курсах післядипломної освіти фахівців соціокультурної сфери для підготовки туристичних стейкхолдерів національного й регіонального рівнів; при виборі тем подальших дисертаційних праць. Основні наукові положення та висновки дослідження впроваджено до навчального процесу Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв, зокрема для вдосконалення змісту та структури підготовки фахівців соціокультурної діяльності.

**Апробація результатів дослідження.** Результати дисертаційної роботи оприлюднені на міжнародних, усеукраїнських наукових і науково-практичних, науково-теоретичних конференціях: «Культурні та креативні індустрії: історія, теорія та сучасні практики» (Київ, 24 квітня 2017 р.), «Євроінтеграційні процеси в сучасній Україні: культурно-мистецькі аспекти розвитку» (Рівне, 16–17 листопада 2017 р.), «Діяльність продюсера в культурно-мистецькому просторі XXI століття: дослідницькі практики, динаміка розвитку, сфери реалізації» (Київ, 15 вересня 2019 р.), «Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації» (Київ, 14–15 листопада 2019 р.), «Наука та інновації 2019: теорія, методологія та практика» (Запоріжжя, 6 грудня 2019 р.), «Problèmes et perspectives d'introduction de la recherche scientifique innovante» (Брюссель, 29 листопада, 2019 р.), «Пріоритетні напрями досліджень в науковій та освітній діяльності» (Львів, 5–6 грудня 2019 р.), «Science and Practice: Implementation to Modern Society» (Манчестер, 6–8 грудня 2019 р.), «Problems and prospects of implementation of innovative research results» (Валлетта, 13 грудня 2019 р.), «Європейський культурний простір і українські перспективи» (Рівне, 14–15 листопада 2019 р.), «Integracion de las ciencias fundamentales y aplicadas en el paradigma de la sociedad post-industrial» (Барселона, 24 квітня 2020 р.), «Innovative development of science and education» (Афіни, 26–28 квітня 2020 р.), «Європейська проектна культура в Україні: стан, проблеми, перспективи» (Запоріжжя, 29–30 травня 2020 р.), «Сучасні виклики і актуальні проблеми науки, освіти та виробництва: міжгалузеві диспути» (Київ, 11 вересня 2020 р.), «Proceeding of the X International Conference of European Academy of Sciences & Research» (Бонн, 22 листопада 2019 р.), «Актуальні досягнення та проблеми сучасної освіти та науки» (Чернівці, 12 жовтня 2020 р.), «Гуманітарні та природничі науки: актуальні питання» (Дніпро, 23–24 жовтня 2020 р.), «Міждисциплінарні інтеграційні процеси у системі географічної, туризмологічної та екологічної науки»

(Тернопіль, 15 жовтня 2020 р.), «Україна першого двадцятиліття ХХІ століття: культурно-мистецький вимір» (Рівне, 17–18 листопада 2020 р.), «Проблеми методології сучасного мистецтвознавства та культурології» (Київ, 11–12 листопада 2020 р.), «Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір» (Київ, 3–4 листопада 2020 р.), «Феномен культури постглобалізму» (Маріуполь, 27 листопада 2020 р.), «Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку» (Харків, 26–27 листопада 2020 р.), «Управління проектами та креативна індустрія» (Київ, 27 листопада 2020 р.); «Наукові пошуки: актуальні дослідження, теорія та практика» (Київ, 4 грудня 2020 р.); *наукових семінарах*: «Вплив ринку праці на розвиток галузей економіки» (Київ, 2014 р.), «Сучасний світовий науково-технічний та освітній простір: тенденції та перспективи розвитку. Інформаційна культура в сучасному світі» (Київ, 2014 р.); *симпозіумах*: «Making and shaping art in creative economies and industries» (Вільнюс, 29 листопада 2019 р.), «Культурні та мистецькі студії ХХІ століття: науково-практичне партнерство» (Київ, 6 червня 2019 р.); *конгресі*: «Science for sustainable development» (Київ, 10–11 листопада 2019 р.).

**Публікації.** Основні положення дисертації викладено в 78 публікаціях: 1 одноосібній і 3 колективних монографіях, 22 статтях у фахових виданнях, затверджених МОН України за спеціальністю «культурологія», з яких 4 включені до міжнародних науково-метричних і реферативних баз, 52 наукові праці апробаційного типу, з них 15 публікацій в інших наукових виданнях і 37 публікацій у збірниках матеріалів наукових конференцій. Дисертацію на здобуття наукового ступеня кандидата педагогічних наук на тему «Педагогічні засади культурологічної підготовки майбутніх інженерів засобами дистанційного навчання» за спеціальністю 13.00.04 – теорія і методика професійної освіти було захищено 2009 року в Національному педагогічному університеті імені М. П. Драгоманова, її матеріали в тексті докторської дисертації не використано.

**Структура дисертації** зумовлена специфікою теми, її метою та дослідницькими завданнями. Робота складається з анотації (українською й англійською мовами) зі списком публікацій, вступу, 5 розділів (20 підрозділів), висновків, списку використаних джерел (865 найменувань), 4 додатків, до яких включено список публікацій за темою дисертації. Загальний обсяг тексту становить 575 сторінок, основний – 408 сторінок (17 авторських аркушів).

## ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність дослідження, визначено його мету, сформульовано об'єкт, предмет і завдання, окреслено теоретико-методологічну основу дисертації, розкрито наукову новизну, теоретичне значення дослідження та практичну цінність отриманих результатів, наведено відомості щодо публікацій за темою дисертації, апробації результатів дослідження та загальної структури роботи.

У **першому розділі «Концептуалізація туризму в науковому дискурсі культури інформаційного суспільства»**, що складається із чотирьох підрозділів, для розкриття концептуального змісту туризму як масштабного

соціокультурного явища використано сучасну методологію соціогуманітарного пізнання, що ґрунтується на поліпарадигмальних принципах дослідження синергетичного взаємозв'язку та взаємообумовленості форм культурного буття людини. Проаналізовано понятійно-категоріальний апарат, визначено особливості інституціонального оформлення туризму в цифровому суспільстві, окреслено предметне поле культурних трансформацій, що призводять до появи нових форм туристичних практик.

У **підрозділі 1.1 «Інституціоналізація туризму як показник наростання темпів глобальних цивілізаційних процесів»** наголошено, що для вивчення туристської науки використовують методологію та інструментарій різних спеціальних дисциплін та виділяють як окремі блоки, так і їх поєднання, що досліджують природничі, суспільні, гуманітарні й технічні аспекти подорожей, які зумовлюють переосмислення класичних принципів дослідження туристичних практик і технологій та напрацювань нових підходів до вивчення ролі туризму в інформаційному суспільстві, який постає як одна з функціональних сфер культури.

Вказано, що найбільший вплив на становлення туризму як сучасного глобалізаційного феномену виявили радикальні зміни в європейській культурі та виникнення нової соціокультурної реальності за останні п'ятдесят років: у другій половині ХХ століття, коли виникає феномен масових подорожей, туризм комерціалізується системою туристичних організацій; на початку ХХІ століття розвиток туризму корелюється з проблемами становлення та розширення інформаційного суспільства.

Доведено, що сучасна стадія *інституціоналізації туризму* являє собою процес формування структури глобального туристичного простору, імплементації соціально-культурних і професійних компетенцій у зміст профільної освіти, організації міжнародної системи туристичної діяльності, за яких локальні соціальні практики, що визначали норми поведінки окремих мандрівників, стають частішими й тривалішими, залучають до туристичного споживання величезні людські ресурси та породжують нові форми ціннісних установок і правил поведінки туристів інформаційного суспільства, перетворюючи туризм на одну із функціональних сфер цифрової культури.

Зазначено, що за роки незалежності в Україні значно розширився спектр профільного масиву дисертаційних робіт, присвячених туристичній тематиці, які представлені різними галузями наук (О. О. Бейдик, О. В. Головащенко, Л. О. Крапліна, О. О. Любіцева, Н. А. Опанасюк, В. С. Пацюк, В. К. Федорченко), утім культурологічне спрямування має лише незначний відсоток вітчизняних докторських і кандидатських дисертацій (Л. Д. Божко, Г. Г. Вишневська, І. М. Голубець, І. Климко, І. О. Комарніцький, В. В. Кулік, Л. М. Устименко), що свідчить про недостатню увагу до туризму як соціокультурного феномену та фокусує увагу на розробці культурології туризму як перспективному науковому напрямі інформаційного суспільства та дозволяє вибудувати довгострокову стратегію, що здатна модернізувати старі різновиди туристичної поведінки й породжувати нові форми практик туризму.

У підрозділі 1.2 «Аксіосфера феномену туризму в контексті сучасного культурологічного знання» з'ясовано, що туризм як об'єкт наукового дослідження та специфічна форма освоєння глобального соціокультурного простору, має притаманні лише йому смислові образи буття та потребує осмислення у філософсько-культурологічному дискурсі. Актуальність цих атрибутивних ознак туризму особливо зростає у період розвитку інноваційної економіки, що на тлі глобальної інформатизації вимагає збереження національної ідентичності та водночас сприйняття досягнень світової науки й культури.

Виявлено, що на основі фундаментальних наук виокремилися окремі сегменти досліджень, що охоплюють певну галузь або кілька галузей наукового знання, серед яких найбільш обґрунтовані напрями саме на основі філософії і культурології туризму. Здійснено огляд досліджень таких зарубіжних та українських науковців, як: Н. Аппакова-Шогіна, З. Бауман, Л. Божко, Н. Грабурн, А. Данелюк, Дж. Джафарі, Д. Замятін, І. Зорін, В. Квартальнов, О. Кручек, В. Любарець, В. Лях, В. Малахов, В. Маслов, М. Мельничук, В. Пазенок, Д. Пірс, В. Сіверс, С. Соляник, Дж. Уррі, В. Федорченко, Т. Черняєва, які у своїх працях розкривають різноманіття внутрішніх і зовнішніх зв'язків туризму, передусім як соціально-філософського та культурного явища, що впливає на зміну парадигми цивілізаційного розвитку, яскраво виражену специфіку формування туристських цінностей і мотивацій, конструювання типів ідентичності сучасних мандрівників.

Вказано, що в наробках Д. Пірса та Дж. Джафарі туризм розглянуто як головний чинник дифузії культурних зразків, механізм міжкультурного контакту під час туристичних подорожей; у роботах В. С. Пазенка й В. А. Малахова акцентовано на культурологічно-екзистенційному сенсі туристичної діяльності, що спонукає особистість до переосмислення життєвих цінностей і підходів. Особливо це актуально в кризові часи, на переломних етапах розвитку людини, як вважає С. Горський, коли активізується процес переходу з попереднього стану в інший – новий, а «плинними» (термін З. Баумана), мобільними, стають не лише туристи, але й предмети, знаки, образи та культури.

Зазначено, що в контексті стандартизації моделей туристичної поведінки, з однієї сторони, і поглиблення процесів диверсифікації видів туризму та подальшої персоніфікації запитів рекреантів – з іншої, дослідження особливого впливу процесів диджиталізації на задоволення потреби отримати пізнавальну інформацію та накопичити враження за рахунок розширення культурного простору в максимально стислий часовий термін потребує подальшого наукового осмислення.

У підрозділі 1.3 «Конфігурації туризму в умовах становлення інформаційного суспільства та цифрової культури» окреслено ключові характеристики туризму, що обґрунтовують його інформаційну спрямованість і підвищення соціальної та духовної значимості в межах створення нової картини світу, утвердження мережевого суспільства, глобальної економіки й цифрової культури.

Проаналізовано вагомий методологічний здобуток Й. Масуди, що полягає в концептуальному обґрунтуванні розвитку інформаційного суспільства як структури, що зазнає впливу різних чинників: технологічного, економічного, професійного, просторового та культурного та сприяє створенню мережевого суспільства, глобальної економіки й спеціалізованої культури, якій притаманні безперервні процеси створення і руйнування віртуальних форм і цінностей, «у ландшафті комп'ютерних мереж та електронних засобів комунікацій» (за виразом М. Кастельса).

Доведено, що становлення цифрової культури є необхідним етапом у розвитку інформаційної цивілізації, результатом широкого впровадження конвергентних технологій в усі сфери життя. У центрі мережевого суспільства розташована людина, яка розвиває економіку нового типу, засновану на знаннях, сервісі, культурних потребах, використовує новітні інформаційно-комунікативні технології, послуговуючись такими термінами, як: *розумний, цифровий; цифровізація, або ж диджиталізація, цифрове суспільство* (їхніми англійськими відповідниками є Smart; Digital; Digitalization; Digital Society) (М. А. Ожеван). З'ясовано, що відображенням зв'язку сучасної економіки із цифровою культурою є конструювання нових структур «розумних» міст, або «смайт-сіті», і віртуальних культурних просторів, розробка стратегій розвитку культури й туризму окремих регіонів, інформаційно-комунікативні системи розподілу та обміну послугами й благами.

Формування спільного світового інформаційного простору дає змогу отримувати різні типи культурної інформації як новий ресурс активації інтересів, водночас віртуалізації туристичних практик як джерел трансформацій у культурі, переміщення міжкультурних комунікацій, зокрема й у цифрову площину, висувають перед людиною нові вимоги щодо оволодіння новими культурними компетенціями у сфері медіаторності й критичного мислення, здатності постійно оновлювати свої знання, оскільки саме це гарантує розвиток особистості в умовах мережевої децентралізації.

У **підрозділі 1.4 «Культурний потенціал туристських практик у модусах індивідуалізації буття сучасної людини»** застосовано інноваційну методологічну стратегію дослідження трансформаційних процесів, наявних у туристичних практиках сучасної цивілізації, засновану на синтезі метакультурного, соціально-філософського та комунікативного підходів і зміні історичних детермінант, що визначають особливості розвитку туризму та обумовлені усвідомленням нового місця культури в утвердженні цифрового суспільства.

Досліджено, що процес інституалізації соціально-філософських і культурологічних аспектів та просторово-часових констант туристичних практик набув транснаціонального характеру в 1970-ті роки, коли на ринку туристичної діяльності почали впроваджувати стратегії розвитку масового туризму, а культурний образ місця відпочинку стали сприймати в контексті симулятивного споглядання (термін Ж. Бодрійяра). Породжуючи глобальні форми споживання, туризм створював нові моделі споживчих практик туристів.

Наголошено, що набуває актуальності особисте осмислення нескінченного



різноманіття образів, текстів і знаків, оцінка й інтерпретація побаченого туристом з точки зору власних культурних практик, які формують просторово-часові та символічні поля взаємодій між ним і місцевими жителями, працівниками сфери туризму й гостинності, іншими подорожувальниками та стають основою для творчої адаптації до своїх цілей.

Підкреслено, що практикам сучасного туризму властива множинність культурних смислів, що обумовлено зміною парадигми мислення і всім комплексом поворотів, пов'язано зі посиленням інтенсивності просторової мобільності, прискоренням віртуалізації всіх сфер суспільного життя під впливом цифрових технологій, прискоренням трансформації соціокультурних стереотипів і комплексу ціннісно-смыслових установок, типів споживання і видів комунікації та втілено в *модель туризму цифрового суспільства*.

Відмічено, що технологізація і віртуалізація туристичної діяльності підсилюють культурологічну функцію туризму та спричиняють появу нових туристських інтересів, мотивацій і форм *туристичних практик*, як виду глобальної й регіональної соціально-просторової організації середовища, інструменту позиціонування національного культурного продукту та технології конструювання ідентичностей і побудови індивідуальних життєвих стратегій, що в умовах digital-суспільства має особливе значення, оскільки дає змогу використовувати різні види взаємодії туризму й культури, що реалізуються в *моделях культурного туризму споживання і спадщини, культурного туризму вражень, культурного туризму творчого досвіду*.

У другому розділі **«Еволюція туризму як специфічної форми освоєння світового соціокультурного простору в епоху постіндустріального суспільства»** досліджено проблематику використання матеріальної і духовної культури в туристичній діяльності в *парадигмі моделі споживання і спадщини*, збереження та включення її об'єктів у сучасний глобалістичний контекст з підтриманням культурного різноманіття; вказано на можливості презентації культурних ландшафтів у системі матеріальної та нематеріальної спадщини з позиції інформаційно-аксіологічного підходу до розробки туристичного портфоліо та формування культурного простору туристичних дестинацій.

У **підрозділі 2.1 «Культурний туризм у моделях споживання і спадщини: глобальні та локальні перспективи»** проаналізовано різні аспекти й прояви розвитку культурного туризму; узагальнено його сучасні споживчі практики, серед яких, зокрема, відвідування об'єктів світової культурної спадщини, екскурсії в музеї, галереї мистецтв, замки, храмові комплекси, а також етнічний культурний туризм, культурний туризм в індустріальних і сільсько-господарських регіонах. Залежно від пріоритету та обсягу споживання культурних благ виділяють декілька рівнів культурного туризму: професійний культурний туризм; спеціалізований і неспеціалізований види культурного туризму, супутній культурний туризм, культурний квазітуризм (В. Е. Гордін).

Встановлено, що зрушення в специфіці туристичної діяльності в сторону виникнення нових культурних практик як альтернативи масовому туризму й індивідуалізації споживання культурних цінностей, одного зі способів

самовираження і прояву самоідентифікації відбулися в період становлення постіндустріального суспільства, що проявилось в розвитку низки дискретних сегментів ринку культурного туризму та диференціації туристів на інституціолізований і неінституціолізований типи. Виділено такі *форми туристичних практик*: практики планування подорожі; практики переміщення в місце призначення; побутові практики в місці призначення; практики спостереження; практики інтерпретації та верифікації вражень; практики посттуристичної рефлексії (Ю. В. Столбова).

Визначено найбільш актуальні напрями розвитку вітчизняного культурного туризму, серед яких: формування цілісного загальнонаціонального культурно-комунікаційного простору, вивчення культурно-пізнавальних інтересів етнічних груп, нівеляція стереотипів про культурно-історичну спадщину окремих регіонів України, переосмислення значення і ролі культурної спадщини з позиції її впливу на соціокультурний розвиток певної території.

У **підрозділі 2.2.** *«Комодифікація культурної спадщини в системі туристичних послуг»* осмислено процеси комерціалізації та стандартизації культурного продукту в практиках туристичної діяльності, за якої об'єкти і явища культурної спадщини оцінюють як туристичний товар; наголошено на необхідності актуалізації матеріальної культурної спадщини на основі сучасних культурологічних підходів, що ґрунтуються на цінностях і пріоритетах місцевих жителів, враховують оригінальність і неповторність культурної спадщини регіону, сприяють розвитку культурного туризму в маловідомих периферійних дестинаціях.

Зазначено, що надмірне використання та неефективне управління туризмом, особливо це стосується природних об'єктів світової спадщини й архітектурних пам'яток, можуть пошкодити цілісність об'єктів спадщини та їх властивості, знищити сакральні ландшафти й культурні простори, погіршити суттєві характеристики традиційного способу життя і порушити баланс між перевагами від його просування на туристичному ринку та витратами на збереження, що викликає розвиток овертуризму. Тому знаходження рівноваги між експансією туризму й економічним зростанням спричиняє позитивні соціально-культурні впливи.

Культурну спадщину протягом останніх десятиліть розглядають у контексті особливого виду капіталу – економічного, символічного, творчого (за П. Бурдьє), який може актуалізуватися через соціокультурні навички та компетенції жителів туристичного центру, через унікальні й еталонні природні та культурно-історичні комплекси, які постають як символи, «візитні картки» країни (вираз А. Ю. Александрової) через інклюзивний підхід до інтерпретації та презентації музейних зібрань світової культурної спадщини в туристських практиках.

З'ясовано, що маршрути культурного туризму по об'єктах української культурної спадщини дуже часто проходять або за стандартними маршрутами,

або по місцях, що включають набір не пов'язаних між собою визначних пам'яток, без належної реклами, презентації культурного й туристичного потенціалу, за відсутності сувенірної продукції з національним колоритом. Вітчизняні науковці (В. С. Антоненко, С. І. Кот, І. П. Крупа, З. В. Мазурик, К. А. Поливач) наголошують, що культурна спадщина є ключовим елементом розвитку історичної свідомості та чинником формування єдиної української національної ідентичності, тому її потрібно розглядати з позиції включення до «життєвого» середовища (В. Ю. Степанов) і впливу на культурний розвиток певної території.

У **підрозділі 2.3** «*Використання просторової структури культурних ландшафтів у туристичних практиках*» визначено, що *категорія культурних просторів та ландшафтів* у системі матеріальної та нематеріальної спадщини, з позиції інформаційно-аксіологічного підходу (Ю. А. Веденін, М. Е. Кулешова) постає як знаково-символічна система кодів культури певних регіонів, багатокомпонентних інформаційних взаємозв'язків, носіями яких є архітектурні споруди, предмети побуту, традиційні технології, фольклор, топоніміка, що визначають просторову ідентичність і стають своєрідною квінтесенцією інтересу туристів до конкретної території та найповніше відповідають концепції культурного туризму.

Відмічено, що в структурі культурного ландшафту як феномену і як об'єкта наукового дослідження наявні дві рівноцінні складові: природна і культурна, що під впливом соціокультурного та ментального освоєння простору людиною формують унікальну для кожної території сукупність інноваційних і традиційних культурних ландшафтів, середовище соціокультурних просторів, які володіють різними визначними пам'ятками і зумовлюють вектори туристичної мобільності в процесі *практик споглядання, просторового переміщення і віртуальних подорожей* (Т. І. Черняєва, Г. Н. Шаркова).

Значний вплив на розвиток вітчизняної туристично-рекреаційної діяльності справляють процеси переосмислення значення культурного простору урбанізованих ландшафтів, зокрема мандрівки регіональними етнокультурними ландшафтами, подорожі до сакральних-географічних об'єктів, сталкерські тури до закинутих промислових інфраструктурних об'єктів і так званих «мертвих» міст, що потребує наповнення їх новим символічним змістом і стимулює використання *перформативних, естетичних і сенсорних практик* для формування креативного середовища дестинації.

У **підрозділі 2.4** «*Технології підвищення репрезентативності ресурсів нематеріальної культурної спадщини в музейному топосі скансенів*» представлено інноваційні підходи до актуалізації об'єктів культурного туризму на основі нематеріальної культурної спадщини та наголошено на ролі музеїв-скансенів у збереженні й популяризації елементів нематеріальної спадщини через застосування інструментів позиціонування національного продукту на світовому ринку туристичних послуг.

Проаналізовано позиції щодо створення нових атракцій нематеріальної культурної спадщини. Як зазначено в численних зарубіжних і вітчизняних

дослідженнях, це може призвести до утвердження уніфікованих культурних і туристичних практик, нівелювання національної та культурної ідентичності й послаблення місцевої культури. Тому музеї просто неба, або скансени, можуть стати місцем продукування нових культурних смислів і найважливішим елементом туристської інфраструктури, що дасть змогу зануритися в «живу» культуру (Н. Р. Саєнко) за рахунок долучення до туристичної діяльності носіїв культурної традиції і створення моделі природного та культурного середовища, що відображає типові ландшафти різних історико-географічних регіонів.

З'ясовано, що для популяризації української нематеріальної культурної спадщини доцільно використати досвід європейських країн, який ілюструє успішні результати впровадження програм і заходів, спрямованих на збільшення туристичних потоків, розробити туристичне портфоліо кожного елемента нематеріальної культурної спадщини окремих адміністративно-територіальних одиниць (термін А. М. Гаврилюка) і низку заходів з її вивчення і популяризації через туристичні подорожі, екскурсії та інформаційні ресурси.

У третьому розділі **«Нові тренди туризму: від виробництва вражень до створення персоналізованих культурних нарративів»** досліджено особливості *моделі культурного туризму вражень*, у якій технології обслуговування та виробництва туристичних послуг, що спрямовані на підвищення комфортності перебування в туристичній дестинації, змінюються на технології створення вражень від взаємодії з культурними пам'ятками, участі в заходах подієвого туризму, фрагментації практик послуг гостинності, конструювання образу території засобами культурних нарративів.

У **підрозділі 3.1 «Туризм вражень як сучасна ітерація культурного туризму»** розглянуто нові способи розширення спектру культурних ресурсів у парадигмі «економіки вражень» (Дж. Гілмор, Дж. Пайн), що суттєво вплинули на розвиток дискретних сегментів ринку культурного туризму, визначили зміст туристичних практик і тренди туристичних вражень, наслідками якої стали диференціація споживчого пошуку й вибору та диверсифікація туристичного продукту в закладах гостинності.

Показано, що трансформація традиційної *ознайомчо-споглядальної* моделі в сторону *емоційно-діяльній* моделі туризму (М. Д. Сущинська) відбувається з використанням таких базових стратегій формування вражень, як: продуктоцентрична, екоцентрична та креативно-центрична, що націлюють туриста на формування більш повного уявлення про культурне, духовне та соціальне середовище дестинації, коли певна територія чи населений пункт для туриста стають театральним майданчиком, що сприяє посиленню вражень від туристичних місць за рахунок розважальної діяльності.

Визначено особливості вражень у туризмі інформаційного суспільства: пам'ятки культурної спадщини можна «побачити» задовго до подорожі (Г. Річардс); нові інформаційно-комунікаційні технології дають змогу дистанційно через «вподобайки» в соціальних мережах відіграти активну роль у створенні нових культурних дестинацій (Р. Палмер), місцеві культурні особливості туристичних напрямів туроператори використовують для створення образу

«ідеальної» подорожі у віртуальному просторі (Р. Йенсен), а традиційні характеристики туристичного пакету доповнюють атрактивність та атмосферність (Г. Михайліченко).

У **підрозділі 3.2** *«Інтеграція місцевих культурних традицій в напрямки розвитку подієвого туризму»* проаналізовано науково-практичні уявлення про роль локальних культурних і туристичних практик, зокрема культурного, подієвого та фестивального туризму, у соціально-економічному та соціокультурному розвитку територій.

Відзначено, що сучасний мандрівник відчуває потребу в інноваційних формах туристичної діяльності й альтернативних джерелах формування туристичних вражень, зокрема в івент-послугах і рекреаційно-дозвіллевих ресурсах. Тому зростання попиту на різні соціальні об'єкти і явища культури в складі туристичного продукту доцільно задовольняти за рахунок інтерактивних програм перебування та організації різнопланових туристських програм і маршрутів, що забезпечують активну участь у місцевих культурних подіях і практиках та занурення в контекст регіональних культур як тимчасовий стан перебування поза повсякденним життям, що відрізняється соціальними й поведінковими інверсіями (М. Бахтін).

З'ясовано, що конкурентну перевагу мають території з багатою історією, насичені пам'ятками культурної та архітектурної спадщини, об'єктами місцевих ремесл і традиційного способу життя. Проведене дослідження визначено, що для створення туристичної подієвої дестинації, за відсутності культурної чи історичної події, її створюють спеціально за допомогою туристичних проектів проведення фестивалів і свят, які мають насичену інтелектуально-інформаційну складову та створюють розважально-релаксаційний ефект, сприяють міжособистісним культурним контактам і забезпечують формування простору соціальної взаємодії та розвиток міжгалузевих напрямів співпраці.

У **підрозділі 3.3** *«Диверсифікація послуг гостинності в умовах постмодерністської фрагментації практик культурного туризму»* визначено головні орієнтири діяльності підприємств індустрії гостинності, що впливають на отримання нових вражень, відчуттів і переживань, що синтезуються на стику матеріальних і нематеріальних послуг та сприяють диверсифікації туризму локального, регіонального та національного рівнів.

До типових *модусів і стратегій формування вражень*, що практикують у сучасних готелях, можна віднести театралізовані вистави для зустрічі гостей, організацію інтерактивних музеїв, дизайн гостьових будинків у тематичному стилі різних країн і міст, відкриття мережових дизайнерських бутик-готелів, які відбивають автентичність місця та тісний взаємозв'язок з історичним, архітектурним і культурним середовищем району, де розташований готель, будівництво концептуальних готелів, які використовують страви національної кухні для формування цікавого туристичного продукту, проведення кулінарних майстер-класів з приготування страв і напоїв з урахуванням особливостей

місцевої кухні, гастрономічні тури до місць зосередження автентичних традицій приготування їжі.

Запит споживачів цього сегменту культурного туризму проаналізовано з позицій моделі гастрономічних уподобань туристів, запропонованої зарубіжними дослідниками, які виділяють 4 типи туристів: екзистенційний гастрономічний турист, експериментуючий гастрономічний турист, відпочиваючий гастрономічний турист, гастрономічний турист, що у своїх подорожах робить акцент не на якість, а на кількість їжі (J. Kivela, J. C. Crofts). Показово, що термін *гастрономічний туризм* стали повсюдно використовувати при формуванні туристичного продукту: у світі існує досить багато туристських напрямів, чий бренд певною мірою пов'язаний з гастрономією. ЮНЕСКО проводить конкурси, визначаючи краще гастрономічне місто, а найбільш відомі традиції гастрономічної культури вносять до Списку нематеріальної культурної спадщини.

У підрозділі 3.4 «*Культурні наративи туризму: від тревел-журналістики до сторітелінгу*» підкреслено, що галузь туризму належить до тих сфер життєдіяльності, де потенційний турист отримує знання про майбутню подорож із туристичної літератури, телевізійних програм, читаючи відгуки в блогах мандрівників або на сайтах туристичних фірм, обговорюючи варіанти маршруту з друзями, а туристичні агенції чи оператори, для того щоб конкурувати на сучасному туристичному ринку, усе частіше використовують продаж уявлень про ідеальну подорож та очікувань від мандрівки.

Доведено, що формування вражень у туризмі все більшою мірою стосується культурних наративів, а поведінка клієнтів у туристичній дестинації максимально моделюється за допомогою міфів, історій і легенд, тому на туристичному ринку користуються попитом послуги інтелектуальної діяльності людини, що мають нові споживчі якості. Через різні види туристичних дискурсів і на всіх етапах подорожі туристи мають можливість отримувати сенсорний, емоційний і когнітивний досвід вражень.

Розкривається позитивний погляд на технології сторітелінгу, які є формою дозвілленої (пізнавальної та розважальної) діяльності, туристичним ресурсом і чинником створення туристських дестинацій, додають атрактивності місцевим об'єктам природи, архітектури, культури та стають рушійною силою для збільшення туристичного потоку в конкретний регіон.

**Четвертий розділ «Практики туризму в парадигмі диджитал-ейч: від конструювання творчих просторів до досвіду цифрового кочівництва»** містить огляд найбільш актуальних практик *моделі культурного туризму творчого досвіду*, що як основний ресурс пропонує формування нових сегментів креативного досвіду та вмінь через розвиток культурного потенціалу міських територій, створення туристичних просторів і центрів культури в індустріальних зонах, інкорпорацію візуальних практик у систему віртуального туризму, поширення нових дискурсів туристичної мобільності.

У підрозділі 4.1 «*Креативне освоєння міського середовища як імператив туристичного розвитку*» з'ясовано, що найкраще позитивний вплив

креативного туризму проявляється в містах: як двигуни творчої економіки, вони накопичують культурний та інформаційний потенціал суспільства, що створює передумови для формування вищих досягнень і зразків матеріальної та духовної культури.

Якісною характеристикою соціально-культурних процесів постіндустріального міста є створення можливостей для задоволення дозвіллевих інтересів і потреб, спілкування творчих людей. Виявлено, що унікальні міські квартали з особливою атмосферою можуть стати «ядерними атракціями відродження національної ідентичності» (за Р. Майтландом), майстернями творення нових культурних образів.

Визначено *напрями креативності* як чинника конструювання туристично-рекреаційного простору сучасних урбанізованих центрів: інноваційний розвиток міста через реалізацію креативних проєктів, пов'язаних з культурною спадщиною, відповідно до яких туристи включають до своєї подорожі різні форми участі в культурному та соціальному житті місцевої громади; сприяння створенню творчої атмосфери через події, що передбачають зміну соціальної ролі туриста під час перебування в автентичному середовищі міської культури; максимальна доступність до місць активного відпочинку й туристичних об'єктів через розвинену систему мобільних додатків і сервісів, засобів масової інформації та консультаційних бюро; створення віртуальних дозвіллевих спільнот, які динамічно перетворюються в реальні; покращення туристської привабливості дестинації через подальшу сегментацію спеціалізованих форм у туристичній галузі, творчі аспекти якої стають основою для розвитку практик креативного туризму.

У **підрозділі 4.2** *«Індустріальна спадщина як інтерактивний ресурс конструювання нових туристичних центрів»* визначено ніші культурного туризму, у межах яких спадщину старопромислових регіонів розглянуто як ресурс розвитку творчого досвіду та можливість для спільнот, які мають оригінальний продукт, стати туристичними напрямками для спеціалізованих креативних форм туризму.

Проаналізовано найбільш вдалі приклади реалізації проєктів трансформації індустріальних просторів у туристичні атракції, що актуалізували зміну підходів до збереження різних категорій спадщини, серед яких німецький Ессен, що був перетворений на локацію зосередження культурних об'єктів нового типу – об'єктів індустріальної культури; британський Манчестер, який можна розглядати як модельний приклад демонстрації процесів деіндустріалізації (вислів А. Отгаара).

Вказано на поступовий перехід від парадигми «збереження» у функціонуванні об'єктів індустріальної спадщини до парадигми «розвиток», яка спрямована на збагачення культурного життя міст і гуманізацію міського середовища через культурні практики, створення креативних просторів і є одним з популярних напрямів їх використання в культурному туризмі й умовою включення до міжнародних і регіональних маршрутів промислової спадщини.

З'ясовано, що для України особливо актуальними є стратегії реструктуризації об'єктів гірничодобувної промисловості на основі культурного та туристичного використання, серед яких найбільш привабливими для формування туристичних маршрутів є такі напрями: створення рекреаційних зон на базі техногенних ландшафтів; регенерація індустріальних об'єктів і їх трансформація в креативні простори; створення оригінального туристичного продукту на базі парків індустріальної культури та парків-музеїв.

У **підрозділі 4.3** *«Інкорпорація візуальних практик у систему віртуального туризму»* розглянуто аспекти використання цифрового культурного контенту для популяризації матеріальної і нематеріальної культурної спадщини, що безпосередньо впливають на формування віртуального туристичного простору й туристичної поведінки, у практиках якої чергуються періоди реального та віртуального туризму, що стають заміною практик візуального споживання культурних ресурсів у туристичних місцях.

Окреслено основні сфери візуального контакту, основу якого становить відомий концепт туристського погляду Дж. Уррі: сприйняття образів, що отримані завдяки попередньому досвіду; через різні форми подання туристичної дестинації: туристичні фотографії, книги про подорожі, фільми, рекламні проспекти, сувеніри, телевізійні новини, інформацію з туристичних сайтів і блогів, телепрограми про подорожі, віртуальні тури тощо; через сприйняття особливостей планування та містобудування місця подорожі.

Наголошено, що в контексті розвитку е-туризму та впливу інтернет-технологій на структуру туристичної галузі візуальна репрезентація образів привабливих туристичних місць швидко еволюціонувала від переважно інформаційних і розважальних форм до створення, ретрансляції та інтерпретації моделей віртуальної реальності, що встановлює нові пізнавальні й практичні пріоритети для формування творчих навичок, набуття досвіду креативної діяльності та стає простором для самореалізації і самоідентифікації людини у сфері особистих культурних інтересів.

У **підрозділі 4.4** *«Дискурси туристичної мобільності в соціокультурному просторі інформаційного суспільства»* вказано, що мобільність стала основною метафорою сучасного розуміння культури та суспільства, а утвердження номадного стилю життя і мислення – одним із чинників, що перетворюють сьогоденний туризм у культурне й антропологічне явище глобального порядку, що має величезний культуротворчий потенціал для розвитку креативності.

Пильна увага до тематики мобільності як атрибутивної властивості інформаційно-комунікативного суспільства відображає зростання потреби мандрівника у вільному пізнавальному соціокультурному переміщенні з метою відпочинку, самореалізації та відновлення духовних і фізичних сил. Відбувається становлення нової інтеркультурної людини-кочівника, яка вже не відчуває себе носієм лише однієї певної культури, існує в плінній реальності, що дає змогу легко долати не лише просторову, але й тимчасову роз'єднаність



різних культур за допомогою електронних комунікацій та є одним зі шляхів подолання дисциплінарних кордонів і гегемонії культурних практик.

Акцентовано на необхідності створити нові інструменти взаємодії між сучасним культурним досвідом і номадичними практиками минулого. Виявлено модуси туристичних ролей, які Е. Кохен розмежовує на типи, починаючи від стандартизованої ролі «організований масовий турист» через «індивідуальний масовий турист» і «дослідник» до постіндустріального типу «блукач-дрейфер», що символізує перехід до більш креативних підходів у формуванні туристичної пропозиції (Р. Кохен) і зосередження не лише на мобільному способі життя, а й на побудові ідентичності (С. Кохен).

У п'ятому розділі **«Механізми та технології формування туристичних гетеротопій цифрового суспільства»** досліджено практики й технології туризму, що покращують ефективність використання природного та культурного потенціалів країни шляхом культурного картування, розробки стратегій і програм розвитку культури та туризму, позиціонування і просування культури й туризму через брендування, формування полікультурної складової професійної підготовки майбутніх фахівців для гуманітарної сфери й туризму.

У підрозділі **5.1 «Культурне картування як інструмент оцінки туристичного потенціалу території»** з'ясовано, що культурне картування як сучасна культурна практика, що ґрунтується на поєднанні методів візуального представлення даних за допомогою геоінформаційних систем і медійних технологій, передбачає фаховий компетентний підхід, який дає змогу визначити інноваційний туристичний потенціал території та виробити пропозиції щодо її соціокультурного розвитку, удосконалити ініціативи стейкхолдерів змін культурного середовища населених пунктів і створити сприятливі умови для розвитку культурних та туристичних локацій і подальшої їх розбудови, змістивши аналітичний фокус з просторово-територіального контексту розвитку на інформаційно-ресурсний концепт еволюції цифрового суспільства.

У підрозділі **5.2 «Стратегії соціокультурного розвитку як чинник диверсифікації туристичної діяльності»** розглянуто культурологічний контекст комплексних регіональних програм розвитку туризму та вказано, що тенденції глобалізації загострюють увагу до локальної та регіональної проблематики освоєння унікальних культурних продуктів, що впливає на вироблення стратегій розвитку культури й туризму, які в сучасних умовах дають змогу розширити можливості місцевих громад і скерувати потенціал туристичних підприємств, установ та організацій соціокультурної сфери на забезпечення якісного зростання рівня туристичних послуг, ефективного використання етнокультурних ресурсів, підвищити привабливість території як середовища зосередження творчого людського капіталу й атрактивних туристичних об'єктів.

Відзначено, що в умовах низького рівня соціально-економічного розвитку українських малих міст використання потенціалу інтерактивних технологій і віртуальної реальності для розробки культурних та туристичних стратегій дасть змогу модернізувати практики внутрішнього туризму й адаптувати їх до європейських соціокультурних практик.

У **підрозділі 5.3** *«Культурний брендинг як інноваційна технологія соціокультурної і територіальної ідентичності»* розкрито напрями створення перспективних конвенціональних культурних брендів для трансляції інформації про ментальні цінності та культурну ідентичність території і перетворення їх у маркери туристичної привабливості.

Підкреслено, що сучасні технології формування привабливого іміджу України та створення яскравого туристичного бренду потребують знаходження ефективного партнерства між місцевими жителями, закладами культури й туристичними підприємствами; проте недостатня кількість фахівців, які визначають шляхи позиціонування досягнень у галузі культури в інформаційному просторі, брак ідей і форматів облаштування населених пунктів знаковими об'єктами, які б підкреслювали їх унікальність, відсутність широкого спектру напрямів діяльності для посилення пізнаваності українських територій громадянами інших країн перешкоджають просуванню місцевих дестинацій і становленню країни як потужного туристичного напрямку. Утім окремі міста й області України досягли значних успіхів у визначенні нових векторів стратегічного розвитку соціокультурної сфери та туристичної галузі шляхом розроблення альтернативних варіантів забезпечення рівня конкурентоспроможності регіональних культурних і туристичних продуктів.

У **підрозділі 5.4** *«Архітектоніка системи підготовки фахівців туристичної діяльності в умовах розвитку смарт-суспільства»* проаналізовано головні детермінанти впровадження інформаційно-культурного менеджменту й інноваційної освіти в підготовку фахівців сфери туризму, зумовлені формуванням унікального культурного ландшафту інформаційного суспільства.

Розкрито взаємозв'язок між виробництвом інноваційних туристичних послуг і зростанням ролі креативних професій, що сприяє перетворенню глокальних та локальних територій у творчі місця, привабливі для туристів і місцевих мешканців; вказано на важливість осмислення ролі й значення туризму в новій цифровій реальності, що обумовлює впровадження дуальної форми здобуття освіти й технологій навчання впродовж життя, культурологічну практико-орієнтовану підготовку висококомпетентних спеціалістів, чия головна здатність полягає у використанні інформації і створенні нових культурних практик у різних напрямках туристичної діяльності.

У **висновках** сформульовано основні підсумки дисертації, які вможливили сформулювати цілісне уявлення щодо проблематики та загальної структури роботи.

1. Туризм як предмет дослідження відрізняється міждисциплінарністю, що в умовах нової соціокультурної реальності та зростання ролі інформаційно-комунікаційних технологій зумовлює використання *поліпарадигмального підходу до досліджень туристичних практик і технологій*, який дає змогу розкрити концептуальний зміст туристичної діяльності й осмислити туризм як один із феноменів культуротворчості, що відбиває всю множину трансформацій сучасного суспільства.

Доведено, що синергетичні взаємозв'язки культурної, інформаційної та

соціальної складових туризму в результаті інтенсивних комунікацій у певних туристичних DESTИНАЦІЯХ стають головними чинниками прискорення культурного розвитку особистості й дифузії культурних зразків, спрямованих на самореалізацію людської індивідуальності, визначають особливості туризму як окремого інституту, що знаходить відображення у всіх функціях і видах туристичних практик і технологій, які передбачають використання природної і культурної спадщини для формування нового творчого досвіду.

2. Запропоновано *авторське визначення специфіки сучасної стадії інституціоналізації туризму*, яка являє собою процес формування структури глобального туристичного простору, імплементації соціально-культурних і професійних компетенцій у зміст профільної освіти, організації міжнародної системи туристичної діяльності, за якої локальні соціальні практики, що визначали норми поведінки окремих мандрівників, стають частішими й тривалішими, залучають до туристичного споживання величезні людські ресурси й породжують нові форми ціннісних установок і правил поведінки туристів інформаційного суспільства, перетворюючи туризм на одну із функціональних сфер цифрової культури.

3. Акцентовано, що розширення спектру можливостей для самоактуалізації людини під час туристичних подорожей, які є комплексною формою суспільної активності й одним із найбільш поширених видів соціокультурних явищ світового масштабу, що модифікує онтологічні аспекти розвитку сучасної культури й сукупність усталених норм і принципів, має відбуватися з урахуванням розробки механізмів і технологій конструювання ідентичності туриста через формування універсальних та локальних рис культури й *розвиток нових практик підсилення культурологічної функції туризму*, оскільки уніфікація різноманітних видів культурно-пізнавальної і дозвіллевої діяльності й інтенсивна культурна комунікація, спричинена новітніми інформаційними засобами, може призвести до посилення індивідуальних і колективних практик споживчого ставлення до природних ландшафтів й історико-культурної спадщини.

Реалізуючись у сьогоднішні з позиції культурологічних і туристичних досліджень, *практики туристів поєднують сучасні форми індивідуальних життєвих стратегій у цифровому просторі з традиційними практиками*, що виражено у зверненні до культурної спадщини та рекреації в культурних ландшафтах урбанізованих просторів.

4. Визначено, що зміна модусу інтерпретації культурних і соціальних практик у туризмі інформаційного суспільства підкреслює орієнтацію людей на пізнання і споживання цінностей культури в їх тісному взаємозв'язку, сприйняття туризму як стилю життя і життєвої стратегії і *розвиток таких типів практик*, як масові просторові, мобільності, тілесні, дозвіллеві, перформативні, сенсорні та когнітивні.

Формування інформаційного суспільства, упровадження інтернет-технологій й інтелектуальних комп'ютерних систем та поява індустрій нового типу, так званих «індустрій 3.0» й «індустрій 4.0», що впливають на всі сфери

соціально-культурної діяльності, призводять до нової організації світового туристичного простору та розподілу потоків рекреантів, створюють можливості для модернізації мереж підприємств індустрії туризму, розробки креативних туристичних продуктів і бережливого освоєння культурної спадщини, вироблення стратегічних перспектив для національних туристичних інфраструктур, формування нового суб'єкта туризму – інтернет-туриста і спричинюють *становлення інноваційних туристичних практик комунікативного характеру*.

5. Виявлено, що конфігурації туристичних практик не є усталеними – в умовах інтенсивних глобалізаційних процесів, розвитку інформаційно-технологічної цивілізації та віртуальної реальності *використовують різні моделі взаємодії туризму й культури*, а туризм здійснюється поза звичною моделлю надання туристичних послуг і сприяє виникненню неklasичних характеристик, що генерують якісно нові туристичні продукти й інноваційні транскультурні та регіональні культурні практики. У дисертації одним з найважливіших напрямів стратегічного розвитку туризму інформаційного суспільства визначено культурно-пізнавальний вектор інституціоналізації туризму, або *розвиток культурного туризму, що виконує роль соціально-культурної платформи* транслявання досягнень світової культури, інтеграції локальних і національних культурних образів у світовий соціокультурний простір, поширення ціннісних орієнтирів, норм, пріоритетів, установок за допомогою моделей туристичної поведінки, які допомагають трансформувати культурні враження від подорожі в якісну складову туристичного продукту й отримати оптимальний результат для задоволення економічних потреб і духовних інтересів суспільства.

6. З'ясовано, що інформаційно-комп'ютерні технології в контексті розвитку цифрової культури сприяють виробленню алгоритмів формування і використання цифрового туристичного контенту, диджиталізації культурної спадщини, упровадженню елементів віртуальних туристичних практик у діяльність музеїв, об'єктів культури й мистецтва, культурно-дозвіллевих центрів, тематичних парків, що дає змогу виробити стратегічні пріоритети становлення туризму інформаційної цивілізації та ввести в науковий обіг поняття *модель туризму цифрового суспільства*, що означає послідовність етапів і векторів розвитку туристичної діяльності у їх тісному взаємозв'язку з трансформаційними процесами в культурі та містить такі *складові: модель культурного туризму споживання і спадщини, модель культурного туризму вражень, модель культурного туризму творчого досвіду*.

В умовах глобалізації культурний туризм виступає як чинник регіонального розвитку, покращення іміджу туристичних дестинацій, удосконалення ефективності використання місцевих ресурсів і розвитку інфраструктури, сегментування туристичної пропозиції та поліпшення культурної діяльності, що посилює можливості творчого використання культурної спадщини й дає змогу активно використовувати її пізнавальний потенціал і своєрідний національний колорит, задовольняти потреби теперішніх і прийдешніх поколінь у культурній ідентифікації.

7. Вказано, що хоча феномен туризму відіграє найважливішу роль каналу культурної міжцивілізаційної взаємодії, проте в умовах масових просторових практик культурно-історичні цінності сприймали як товар на туристичному ринку, а споживчі пріоритети суспільства спричинили формування *моделі культурного туризму споживання і спадщини*, яка в умовах сервісної реальності часто призводила до стандартизації туристичних послуг, вражень і досвіду, посилення комерціалізації спадщини та комодифікації культурних ландшафтів, руйнування традиційного способу життя місцевих жителів, коли створення туристичного простору відбувалося за рахунок театралізованої автентичності, псевдоподій, інсценування народних розваг.

Доведено, що позитивні соціально-культурні впливи зумовлені знаходженням рівноваги між потребою в економічному зростанні та необхідністю збереження культурного різноманіття, а впровадження інновацій призводить до заміни традиційної моделі збереження спадщини на пристосування спадщини до вимог сучасності.

За рахунок нових технологій, що передбачають реєстрацію цифрових ресурсів культурної, природної і документальної спадщини, розвиток туристичної інфраструктури та музеєфікацію об'єктів культурного середовища місцевих дестинацій, відбувається перехід від відновлення точкових елементів матеріальної та духовної культури до відтворення просторової структури *культурних ландшафтів*, які репрезентують соціокультурне, ментальне й природне середовище через унікальні, з точки зору туристів, культурні об'єкти й атрактивні події.

Це найповніше відповідає концепції культурного туризму, за якої територіально-просторові комплекси, що володіють різними визначними пам'ятками та багатокомпонентними інформаційними свідченнями творчої діяльності людей, носіями якої виступають твори мистецтва, музика, театр, традиційні технології, фольклор, місцева кухня, унікальна сувенірна продукція, у результаті організації туристської діяльності та поширення нових туристичних і культурних практик, пов'язаних із виникненням різних підвидів культурного туризму, визначають вектори туристичної мобільності й підвищують конкурентоспроможність місцевого туристського продукту.

8. Відзначено, що найбільш ефективною формою популяризації культурної спадщини є заохочення місцевих громад до процесів відродження етнографічного культурного простору території та інтеграція музеїв до сучасного соціокультурного середовища за допомогою не лише об'єктів спадщини, але й носіїв культурних традицій, які бажають поділитися своїми звичаями, ремеслами, способом життя та історією.

Одним із головних популяризаторів туристичних ресурсів культурологічного характеру є *нематеріальна культурна спадщина*, яку відповідно до глибини інтегрованості у сферу туризму розглянуто в контексті економічного, символічного й творчого капіталу, актуалізовано через соціокультурні компетенції жителів туристичного центру і яка сприяє посиленню туристичної привабливості регіонів, розширенню асортименту туристських послуг,

зростанню атрактивності місця туристичного призначення та проявляється через формування брендів образів.

Для України як країни зі зруйнованими традиціями збереження культурної спадщини та малою обізнаністю її громадян про локальні ідентифікатори «живої» культури є цілком актуальними заходи з вивчення та захисту нематеріальної спадщини на національному та місцевому рівнях, популяризації її елементів у музеях-скансенах і віртуальних турах, туристичних подорожах та екскурсіях, упровадження культурних програм, які сприяють ідентифікації місцевого населення, поширення інноваційних туристичних продуктів через інформаційні ресурси та формування територіального туристичного портфоліо для кожного складника нематеріальної культурної спадщини.

9. Зміна основних пріоритетів у способі та стилі життя, в умовах збільшенням інтенсивності просторової мобільності й принципово нової культурної реальності цифрового простору призводить до формування ідентичності на інформаційних підставах і посилення віртуальності нашого культурного досвіду, що відобразилось у множинності культурних смислів у практиках сучасного туризму та зумовило розвиток *моделі культурного туризму вражень*, для якої властиве зміщення акцентів зі споживання культурної спадщини та стандартизації послуг у бік створення емоцій і вражень від сервісу рекреаційної діяльності та різноманіття культурних, туристичних та інформаційних ресурсів у місці відпочинку чи на маршруті.

З'ясовано, що використання вражень стає чинником, що визначає способи поживлення різноманітних туристичних програм і проєктів за допомогою розвитку подієвого туризму, фрагментації практик гостинності, підвищення попиту на фестивалі та свята гастрономічної тематики, розробки міфів і легенд для ідентифікації маловідомих дестинацій і створення сприятливого образу туристських територій, виробництва емоційно насичених турів. Це прискорює трансформацію соціокультурних стереотипів і типів споживання туристичного продукту, головним аспектом якого є культурні враження, що отримують туристи під час подорожі.

10. Проаналізовано напрями розвитку туристичного віртуального інформаційного простору й доведено, що прискорення темпів віртуалізації всіх сфер суспільного життя під впливом цифрових технологій спричинює істотні зміни в підходах і методах задоволення культурних потреб споживачів, серед яких варто назвати технології доповненої реальності, які створюють можливості для інтерпретації туристичного продукту в актуальних для кожного туристичного місця форматах та індивідуальних запитів освоєння культурних цінностей окремими туристами; нові мобільні засоби комунікації на основі сучасних інформаційних технологій (платформи, сервіси, додатки, пристрої, мережі), що дозволяють туристичним підприємствам створювати інноваційні туристичні продукти й презентувати їх, а туристам визначатися з майбутнім місцем подорожі та обирати найбільш привабливі серед запропонованих послуг. Подібні технології особливо корисні для популяризації місць, які на

сьогодні не належать до розкручених туристичних маршрутів, оскільки саме через інформаційні мережі потенційні туристи дізнаються про рекреаційні, подієві, природні та історико-культурні ресурси маловідомих DESTИНАЦІЙ.

Водночас підвищення емоційного компонента за рахунок штучно створених образів і подій, використання брендів, орієнтованих на окремі цільові аудиторії туристів без експлікації культурного змісту життя місцевого населення та специфіки країни, регіону й території, хоча й обіцяють нові незвичайні враження, часто формують обмежені уявлення про об'єкти подорожі. Тому місцеві громади мають створювати умови для зростання сфери культурних й туристичних послуг, диверсифікації культурного досвіду у місцях призначення туристичних потоків, стимулювати культурну активність та підтримувати локальні культурні пам'ятки й заклади культури.

11. Наголошено, що на модифікації сучасних туристичних практик впливають: активна роль і позиція туриста у виборі маршрутів і DESTИНАЦІЙ; задоволення індивідуальних потреб у розвитку творчих здібностей і пошуку нового культурного досвіду під час подорожі; орієнтація на символічний капітал культурних ландшафтів поселень і територій; ускладнення діяльнісного контексту подорожі, якому властивий активний процес інтелектуального споживання. Це обумовлює появу туристичних практик, орієнтованих на інтерактивну поведінку й *трансформацію культурного туризму в раженя у культурний туризм творчого досвіду*.

Туризм цифрового суспільства як синергетична система поліпшення доступності природних і культурних ресурсів, надання послуг з культурного обслуговування за рахунок упровадження практик комунікативно-інформаційної взаємодії у віртуальній реальності, таких інновацій, як інтерактивні театри й віртуальні тури, культурне брендування DESTИНАЦІЙ, креативне освоєння соціокультурного простору міст та індустриальної спадщини старопромислових районів, призвів до появи нового типу мандрівників, яким властиве нелінійне, особистісно орієнтоване пізнання картини світу й віртуальне мережеве мислення, а основним мотивом подорожі виступають нові знання і вміння, набуті від творчої взаємодії з місцевими жителями, і розвиток особистого культурного капіталу й креативного потенціалу туристичної DESTИНАЦІЙ.

12. Теоретичні пошуки в дисертації напрямів трансформації туристичної діяльності під впливом сучасних змін спрямовано на визначення її культурологічного потенціалу в співвідношенні та взаємозв'язку таких понять, як туристичні й культурні практики інформаційної цивілізації, технології і механізми формування туристичних гетеротопій цифрового суспільства, що визначило необхідність побудови моделі розвитку туризму як найважливішого соціокультурного феномену.

Вказано, що в умовах різних соціально-культурних реалій інтерпретативний контекст культурного наповнення туристичних продуктів суттєво розширився – від практик туристів споживання культурного різноманіття та соціального простору до практик творчого досвіду. Їх реалізація

сприяє стратегії соціокультурного розвитку територій, культурний брендинг і впровадження сучасних освітніх технологій у підготовку спеціалістів для туристичної сфери, які мають втілюватися з урахуванням специфічних особливостей окремих територій, культурного й туристичного потенціалу регіону, інформаційно-комунікаційної мережі туристичних стейкхолдерів у дестинації та можливостей використання віртуальних технологій для позиціонування локальних об'єктів культурної і природної спадщини.

*Перспективи дослідження.* Осмислення трансформаційних процесів у туристичних практиках і технологіях цифрового суспільства, що впливають на збагачення сенсів та реалізацію моделей туризму, має об'єктивно обумовлені культурологічні обмеження через брак міждисциплінарних досліджень мережевих феноменів у культурі та їх представленості в сучасних туристичних дискурсах. Потребує подальшого вивчення і наукового обґрунтування культурне поле конструювання туристичних практик пізнавального характеру у віртуальному туристичному просторі, механізми створення та поширення культурних і туристичних артефактів, які постають провідною умовою реалізації внутрішніх можливостей сучасної людини.

## СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

### Наукові праці, у яких опубліковано основні наукові результати дисертації

#### *Монографії*

1. Дичковський С. І. Глобальні трансформації туристичних практик і технологій в контексті становлення цифрового суспільства (digital society): монографія. Київ : Ліра К, 2020. 384 с.

Рецензії: Гончарова О. М. Рецензія на монографію С. І. Дичковського «Глобальні трансформації туристичних практик і технологій в контексті становлення цифрового суспільства (digital society)» // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. Київ : Ідея Принт, 2020. № 3. С. 286–287.

Герчанівська П. Е. Рецензія на монографію С. І. Дичковського «Глобальні трансформації туристичних практик і технологій в контексті становлення цифрового суспільства (digital society)» // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. Київ : Ідея Принт, 2020. № 4. С. 216–217.

Сабадаш Ю. С. Рецензія на монографію С. І. Дичковського «Глобальні трансформації туристичних практик і технологій в контексті становлення цифрового суспільства (digital society)» // Культура і сучасність : альманах. Київ : Ідея Принт, 2020. № 2. С. 200–201.

2. Дичковський С. І., Гуткевич С. О., Оніщенко І. О. Науково-освітній простір як ключовий фактор розвитку країн в добу економіки знань: монографія. Київ : НТУУ «КПІ», 2014. 244 с.



3. Дичковський С. І., Іванов С. В. Культурні маркери споживання (на прикладі індустрії гостинності) // Science, research, development # 23: Philology, sociology and culturology : monografia pokonferencyjna, Rotterdam (The Netherlands) 29.11.2019 – 30.11.2019. Warszawa, 2019. S. 56–58.

4. Dychkovskyy S., Ivanov S. The role of activity of scansens of Ukraine in the development of cultural tourism of the region. Український мистецтвознавчий дискурс : колективна монографія / за заг. ред. д. і. н. В. В. Карпова; НАКККМ. Рига : Baltija Publishing, 2020. С. 320–341.

***Статті в наукових виданнях, затверджених МОН України  
як фахові за спеціальністю «культурологія»***

5. Дичковський С. І., Колосова Н. А Впровадження європейських стандартів освіти – головне завдання вищої школи України // Вісник Державної академії керівних кадрів культури та мистецтв. Київ : Ідея Принт, 2010. № 4. С. 26–37.

6. Дичковський С. І. Вплив практик гостинності на формування територіального бренду // Культура України. Харків : ХДАК, 2019. № 65. С. 44–57.

7. Дичковський С. І. Культурний туризм як сфера реалізації дозвілєвих технологій та віртуального досвіду // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. Київ : Ідея Принт, 2019. № 3. С. 89–95.

8. Дичковський С. І. Роль туристичних дестинацій для розвитку гастрономічного бренду // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку : наук. зб. Вип. 31 / упоряд. і наук. ред. В. Г. Виткалов ; редкол.: Г. П. Чміль, В. Г. Виткалов, П. Е. Герчанівська та ін. ; наук.-бібліогр. редагування наукової бібліотеки РДГУ. Рівне : РДГУ, 2019. С. 29–37.

9. Дичковський С. І. Нові тенденції культурного туризму в парадигмі діджитал-ейч: від індустрії вражень до культурного брендування // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. Київ : Ідея Принт, 2019. № 4. С. 24–31.

10. Дичковський С. І. Інкорпорація віртуальних практик в систему віртуального туризму // Культура і сучасність : альманах. Київ : Ідея Принт, 2019. № 2. С. 16–24.

11. Дичковський С. І. Культурний туризм як сфера реалізації віртуального досвіду в контексті становлення цифрового суспільства // Мистецтвознавчі записки : зб. наук. пр. Вип. 36. Київ : Ідея Принт, 2019. С. 9–16.

12. Дичковський С. І. Комодифікація культурної спадщини в системі туристичних послуг // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку : наук. зб. Вип. 33 / упоряд. і наук. ред. В. Г. Виткалов; редкол.: Г. П. Чміль, В. Г. Виткалов, П. Е. Герчанівська та ін.; наук.-бібліогр. редагування наукової бібліотеки РДГУ. Рівне : РДГУ, 2019. С. 66–74.

13. Дичковський С. І. Туристична діяльність скансенів у системі актуалізації ресурсів нематеріальної культурної спадщини // Культура і сучасність : альманах. Київ : Ідея Принт, 2020. № 1. С. 17–26.

14. Дичковський С. І. Культурний туризм індустріальної епохи: глобальні та локальні перспективи // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. Київ : Ідея Принт, 2020. № 2. С. 17–26.

15. Дичковський С. І. Туристичне освоєння соціокультурного простору міста // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. Київ : Ідея Принт, 2020. № 3. С. 3–13.

16. Дичковський С. І. Дискурси туристичної мобільності в контексті соціокультурних процесів // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку : наук. зб. Вип. 34 / упоряд. і наук. ред. В. Г. Виткалов ; редкол.: Г. П. Чміль, В. Г. Виткалов, П. Е. Герчанівська та ін.; наук.-бібліогр. редагування наукової бібліотеки РДГУ. Рівне : РДГУ, 2019. С. 251–260.

17. Дичковський С. І. Індустріальна спадщина в сучасних парадигмах інформаційного суспільства // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку: наук. зб. Вип. 35 / упоряд. і наук. ред. В. Г. Виткалов ; редкол.: Г. П. Чміль, В. Г. Виткалов, П. Е. Герчанівська та ін.; наук.-бібліогр. редагування наукової бібліотеки РДГУ. Рівне : РДГУ, 2019. С. 179–189.

18. Дичковський С. І. Туристичні дестинації індустріальної епохи (на прикладі розвитку НМА України ім. П. І. Чайковського та менеджменту академіка О. С. Тимошенка) // Часопис Національної музичної академії України імені П. І. Чайковського. Київ, 2020. № 4 (49). С. 66–81.

19. Дичковський С. І. Інтеграція туризму в процеси культури // Питання культурології : зб. наук. пр. Київ : КНУКіМ, 2020. № 36. С. 110–119.

20. Дичковський С. І. Динаміка культурного потенціалу туристичних практик в контексті індивідуалізації буття сучасної людини // Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв. Київ : Ідея Принт, 2020. № 4. С. 11–20.

21. Дичковський С. І. Інституціоналізація туризму в умовах глобальних соціокультурних процесів // Культура і сучасність : альманах. Київ : Ідея Принт, 2020. № 2. С. 17–27.

22. Дичковський С. І. Використання просторової структури культурних ландшафтів для туристичних практик // Сучасне мистецтво : наук. зб. / Ін-т проблем сучас. мистец. НАМ України ; гол. ред. І. С. Булкіна. Київ : ПСМ НАМ України, 2020. Вип. XVI. С. 115–125.

***Статті в наукових фахових виданнях,  
включених до міжнародних наукометричних баз даних***

23. Dichkovskiy S., Ivanov S., Gutkevych S. An input european educational standards at higher school of Ukraine – modernisation of educational system // Journal of International Studies Scientific Papers. Vol. 5, № 2/2012. P. 66–71.

24. Dychkovskyy S., Ivanov S. Festival Tourism as Part of International Tourism and a Factor in the Development of Cultural Tourism // Scholarly Journal. Information Sciences. Vol. 89. Vilnius : Vilnius University Press. 2020. P. 73–82.

25. Дичковський С. І. Культурно-історична спадщина як об'єкт культурного туризму (на прикладі розвитку гастрономічного бренду територій) // Научный взгляд в будущее. Вып. 15. Т. 2. Одесса : Вид-во Куприенко С. В., 2019. С. 69–82.

26. Dychkovskyy S. Tourist activity of skansens in the system of intangible cultural heritage // Journal Conservation Science in Cultural Heritage. Issue № 20 (2020) / University of Bologna, Pitagora Editrice, Bologna. P. 22–34.

### *Наукові праці, що засвідчують апробацію матеріалів дисертації*

27. Дичковський С. І., Іванов С. В. Реформа вищої освіти України до європейського освітнього простору // Маркетинг на міжнародних ринках товарів і послуг: глобальні аспекти : тези доп. IV Міжнар. наук.-практ. конф. викладачів, аспірантів і студентів, 14–15 лютого 2013 р. Україна – Словаччина, 2013 С. 56–58.

28. Дичковський С. І. Впровадження міжнародних стандартів якості освіти в Україні // Сучасний світовий науково-технічний та освітній простір: тенденції та перспективи розвитку. Інформаційна культура в сучасному світі : мат. наук. семін. : у 2 ч. / за ред. С. О. Гуткевич. Київ : НТУУ «КПІ», 2014. Вип. 5. Ч. 1. С. 12–14.

29. Дичковський С. І. Співпраця в галузі продовольчого забезпечення: ФАО і МАГАТЕ // Нові ідеї в харчовій науці – нові продукти харчовій промисловості : Міжнар. наук. конф., присвяч. 130-річчю Національного університету харчових технологій : зб. тез доп. 13–17 жовтня 2014 р. Київ : НУХТ, 2014. С. 673.

30. Дичковський С. І. Проблеми формування освітніх стандартів вищої школи України на прикладі досвіду Франції // Вплив ринку праці на розвиток галузей економіки : матер. наук. семін. : у 2 ч. / за ред. С. О. Гуткевич, Л. А. Пунчак. Київ : НТУУ «КПІ», 2014. Вип. 6. Ч. 1. С. 16–19.

31. Дичковський С. І. Креативний потенціал сучасного міста // Культурні та креативні індустрії: історія, теорія та сучасні практики : зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф., 24 квітня 2017 р. Київ, 2017. С. 8.

32. Дичковський С. І. До питання формування культурного бренду міста // Євроінтеграційні процеси в сучасній Україні: культурно-мистецькі аспекти розвитку : зб. тез доп. XIII Міжнар. наук.-практ. конф., 16–17 листопада 2017 р. Рівне, 2017. С. 68.

33. Дичковський С. І. Феномен продюсування в системі формування культури міста // Діяльність продюсера в культурно-мистецькому просторі XXI століття: дослідницькі практики, динаміка розвитку, сфери реалізації : зб. тез доп. VIII Міжнар. наук.-практ. конф. Київ, 2019. С. 65–69.

34. Дичковський С. Впровадження концепції туристичного бренду міста // Культурні та мистецькі студії XXI століття: науково-практичне партнерство : матер. Міжнар. симпоз., 6 червня 2019 р. / М-во культ. України ; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. Київ : НАКККіМ, 2019. С. 32–33.

35. Дичковський С. І. Сучасні аспекти формування індустрії гостинності як складова нематеріальної спадщини України // Нематеріальна культурна

спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації : тези доп. III Міжнар. наук.-практ. конф.-фестив., Київ, 14–15 лист., 2019 р. / М-во освіти і науки України, М-во культури України, Київ. нац. ун-т культури і мистецтв, Київ. ун-т культури, ф-т гот.-ресторан. і турист. бізнесу. Київ : КНУКіМ, 2019. С. 88–94.

36. Дичковський С. І., Іванов С. В. Культурний туризм як складова соціокультурного простору держави // Наука та інновації 2019: теорія, методологія та практика : матер. Міжнар. наук. конф. Т. 3, 6 грудня 2019 р. Запоріжжя: МЦРД, 2019. С. 80–82.

37. Dychkovskyy S., Ivanov S. L'impact du tourisme gastronomique sur la formation des dernieres tendances du tourisme culturel // Problemes et perspectives d'introduction de la recherche scientifique innovante : collection de papiers scientifiques «ΛΟΓΟΣ» avec des matériaux de la conference scientifique et pratique internationale (Vol. 4), 29 novembre, 2019. Bruxelles, Belgique: Plateforme scientifique européenne. P. 46–49.

38. Дичковський С. І. Брендинг територій – стратегічний напрямок соціокультурного розвитку // Пріоритетні напрями досліджень в науковій та освітній діяльності (ч. IV) : матер. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Львів, 5–6 грудня 2019 року. Львів : Львівський науковий форум, 2019, 2019. С. 17–19.

39. Dychkovskyy S., Ivanov S. The impact of internet technologies to the development of the tourist industry // Proceedings of the 1 st. International Scientific and Practical Conference «Science and Practice: Implementation to Modern Society». December 6–8, 2019. Peal Press Ltd., Manchester, Great Britain, 2019. P. 9–10.

40. Dychkovskyy S. Cultural tourism trends in the cultural branding paradigm // This symposium is supported by the European Union structural funds under Grant «Making and shaping art in creative economies and industries». November 29, 2019. Vilnius University, Kaunas Faculty, 2019. P. 32.

41. Дичковський С. І., Іванов С. В. Роль інноваційної співпраці ресторанного бізнесу та культурного туризму в отриманні креативного туристичного досвіду // Problems and prospects of implementation of innovative research results : collection of scientific papers «ΛΟΓΟΣ» with Proceedings of the International Scientific and Practical Conference (Vol. 3). December 13, 2019. Valletta, Republic of Malta : European Scientific Platform NGO. P. 31–34.

42. Дичковський С. І. Культурний туризм як інструмент ефективного розвитку туристичного потенціалу DESTINACIЙ // Science for sustainable development : Materials of the International Congress. November 10–11, 2019. Association for Promotion of Education and Science Globalization SPACRTIME, Kyiv, 2019. P. 112–117.

43. Дичковський С. І. Культурний туризм як продукт соціокультурного розвитку країни в умовах глобалізації // Європейський культурний простір і українські перспективи : матер. XV Міжнар. наук.-практ. конф., 14–15 лист. 2019 р. / укл.: С. В. Виткалов, В. Г. Виткалов. Рівне : РДГУ, 2019. С. 19.

44. Dychkovskyy S. Cultural tourism trends in the experience industry paradigm // Integracion de las ciencias fundamentales y aplicadas en el paradigma de

la sociedad post-industrial : Coleccion de documentos cientfficos «ΛΟΓΟΣ» con actas de la Conferencia Internacional Cientffica y Practica (Vol. 3). 24 de la abril de 2020. Barcelona, Espana : Plataforma Europea de la Ciencia. S. 114–116.

45. Dychkovskyy S. Theoretical issues of the development of cultural tourism // Innovative development of science and education : The 2 International scientific and practical conference. April 26–28, 2020. ISGT Publishing House, Athens, Greece. 2020. P. 435–442.

46. Dychkovskyy S. Cultural tourism strategic direction of sociocultural development // Європейська проектна культура в Україні: стан, проблеми, перспективи : зб. матер. Міжнар. наук.-практ. конф., м. Запоріжжя, 29–30 травня 2020 р. / за ред. О. Гури, В. Меньяло. Запоріжжя : Видавничий дім «Гельветика», 2020. С. 68–69.

47. Дичковський С. І. Культурний туризм в контексті становлення цифрового суспільства (digital society) // Сучасні виклики і актуальні проблеми науки, освіти та виробництва: міжгалузеві диспути : зб. наук. пр. : матер. VIII Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Київ, 11 вересня 2020 р. Київ, 2020. С. 76–90.

48. Dychkovskyy S., Ivanov S. The influence of cultural tourism integration opportunities in the management of virtual tourism activities // Proceeding of the X International Conference of European Academy of Sciences & Research. November, 2019, Bonn, Germany, Publisher : EASR. S. 6.

49. Дичковський С. І. Розвиток концепції соціокультурного простору міста на формування територіального міського бренду // Актуальні досягнення та проблеми сучасної освіти та науки: тези доп. XXXVI Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф., м. Чернівці, 12 жовтня 2020 р. Дніпро : ГО «НОК», 2020 С. 74–79.

50. Дичковський С. І. Нові культурні смисли візуальної презентації туристичних об'єктів // Гуманітарні та природничі науки: актуальні питання : матер. II наук.-практ. конф., тези доп., м. Дніпро, 23–24 жовтня 2020 р. Херсон : Молодий вчений, 2020. С. 81–84.

51. Дичковський С. І. Позиціонування національного продукту на світовому ринку культурних туристичних послуг // Міждисциплінарні інтеграційні процеси у системі географічної, туризмологічної та екологічної науки : матер. II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Тернопіль, 15 жовтня 2020 р. Тернопіль : Вектор, 2020. С. 236–241.

52. Дичковський С. І. Місце культурологічного дискурсу туризму в царині новітніх наукових концепцій // Україна першого двадцятиліття ХХІ століття: культурно-мистецький вимір : зб. тез доп. XVI Міжнар. наук.-практ. конф., м. Рівне, 17–18 листопада 2020 р. Рівне : РДГУ, 2020. С. 33–38.

53. Дичковський С. І. Культурологічний аналіз розвитку туристичних технологій в соціокультурному просторі // Проблеми методології сучасного мистецтвознавства та культурології : тези II Міжнар. наук. конф., м. Київ, 11–12 листопада 2020 р. Київ, 2020. С. 45–47.

54. Dychkovskyy S. Cultural tourism as a multidimensional socio-cultural phenomenon in the context of globalization and normalization // Культура і

мистецтво: сучасний науковий вимір : матер. IV Міжнар. наук. конф. молодих вчених, аспірантів та магістрів, м. Київ, 3–4 лист. 2020 р. / М-во культ. України ; Нац. акад. кер. кадрів культ. і мистец. Київ : НАКККіМ, 2020. С. 113–115.

55. Дичковський С. І. Матеріальна культурна спадщина : робоча програма навчальної дисципліни для студентів, галузь знань – 02 Культура і мистецтво, спеціальність – 028 Менеджмент соціокультурної діяльності, освітній рівень – бакалавр. Київ : НАКККіМ, 2018. 14 с.

56. Дичковський С. І. Продюсування міст і культурний туризм : робоча програма навчальної дисципліни для студентів, галузь знань – 02 Культура і мистецтво, спеціальність – 028 Менеджмент соціокультурної діяльності, освітній рівень – магістр. Київ : НАКККіМ, 2018. 11 с.

57. Дичковський С. І. Туризм як інноваційний феномен сучасного цифрового суспільства (Digital Society) // Феномен культури постглобалізму : матер. I Міжнар. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 27 листопада 2020 р. Маріуполь : МДУ, 2020. С. 30–33.

58. Дичковський С. І. Туризмологія : робоча програма навчальної дисципліни для студентів, галузь знань – 02 Культура і мистецтво, спеціальність – 028 Менеджмент соціокультурної діяльності, освітній рівень – бакалавр, Київ : НАКККіМ, 2018. 13 с.

59. Дичковський С. І. Становлення цифрового суспільства в контексті трансформації туристичних технологій // Культурологія та соціальні комунікації: інноваційні стратегії розвитку : Міжнар. наук. конф., м. Харків, 26–27 листоп. 2020 р. / під ред. проф. В. М. Шейка та ін. Харків : ХДАК, 2020. С. 96.

60. Дичковський С. І. Креативне освоєння соціокультурного простору міста (на прикладі розвитку урботуризму).// Управління проектами та креативна індустрія : матер. VIII Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 27 листопада 2020 р. Київ : НПУ ім. Драгоманова, 2020. С. 43–47.

61. Дичковський С. І., Іванов С. В., Гуткевич С. О., Оніщенко І. О. Вища освіта: міжнародний вимір : підручник. Харків : Буклайн, 2019. 373 с.

62. Дичковський С. І., Іванов С. В., Гуткевич С. О., Оніщенко І. О. Міжнародні освітні системи : навч. підручник. Одеса : ФОП Бондаренко М. О., 2014. 236 с.

63. Дичковський С. І. Генезис туристичних практик і технологій як компонент соціокультурної сфери інформаційного суспільства // Наукові пошуки: актуальні дослідження, теорія та практика : матер. V Міжнар. наук.-метод. конф., м. Київ, 4 грудня 2020 року. Київ : НПУ ім. Драгоманова, 2020. С. 22–27.

***Публікації, які додатково відображають  
наукові результати дисертації***

64. Дичковський С. І. Реформа вищої освіти – перший крок до європейських стандартів освіти // Наукові записки НПУ ім. М. П. Драгоманова. Серія: Педагогічні та історичні науки : зб. наук. пр. Київ : Вид-во НПУ ім. М. П. Драгоманова, 2010. Вип. LXXXVI, № 86. С. 61–67.

65. Дичковський С. І. Стандарти освітньої діяльності – перший крок до інтеграції в європейський освітній простір // Наукові записки : зб. наук. пр. Київського університету туризму, економіки і права. 2010. № 8. С. 57–66.

66. Дичковський С. І. Запровадження державних стандартів у вищій школі – перший крок до якості вищої освіти // Гуманітарні науки. 2010. № 2. С. 55–66.

67. Дичковський С. І., Іванов С. В. Запровадження європейських освітніх стандартів у вищій школі України – модернізація вітчизняної освітньої системи // Інтелект ХХІ : наук. журнал. 2012. № 3–4. С. 126–134.

68. Дичковський С. І. Використання міжнародних освітніх критеріїв для впровадження системи менеджменту якості освіти в Україні // Інтелект ХХІ : наук. журнал. 2014. № 1. С. 87–91.

69. Дичковський С. І. Впровадження концепції туристичного бренду міста // Культурні та мистецькі студії ХХІ століття: науково-практичне партнерство : матер. Міжнар. симпоз., присв. 50-річчю Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв : зб. матер., м. Київ, 6 червня 2019 р. Київ, 2019. С. 32–33.

70. Дичковський С. І. Вплив інноваційних технологій на розвиток культурного туризму // Гуманітарний корпус. Вінниця: Твори, 2019. № 29. С. 125–127.

71. Дичковський С. І. Сучасні аспекти формування індустрії гостинності // Соціально-гуманітарний вісник : збірник наук. пр. Харків : Новий курс, 2020. № 31. С. 87–89.

72. Дичковський С. І. Фестивальний туризм як чинник розвитку культурного туризму // Культурологічний альманах. Вінниця : Твори, 2020. № 13. С. 33–40.

73. Dychkovskyy S. Cultural tourism is the leand of dominant cultural practices // Гуманітарний корпус : зб. наук. ст. з актуальних проблем філософії, культурології, психології, педагогіки та історії. Вінниця : Твори, 2020. № 33. С. 37–40.

74. Дичковський С. І. Формування концепції культурного ландшафту для реалізації туристичних практик // Гуманітарний корпус : зб. наук. ст. з актуальних проблем філософії, культурології, психології, педагогіки та історії. Вінниця : Твори, 2020. № 34 (т. 1). С. 91–95.

75. Дичковський С. І. Соціокультурний простір міста – розвиток історико-культурного потенціалу та туристичної інфраструктури // Гуманітарний корпус : зб. наук. ст. з актуальних проблем філософії, культурології, психології, педагогіки та історії. Вінниця : Твори, 2020. № 35 (т. 1). С. 115–119.

76. Дичковський С. І. Креативне освоєння соціокультурного простору міста (на прикладі розвитку урботуризму) // Культурологічний альманах. Вінниця : Твори, 2020. № 14. С. 18–20.

77. Дичковський С. І. Генезис туристичних практик і технологій як компонент соціокультурної сфери інформаційного суспільства // Гуманітарний корпус : зб. наук. ст. з актуальних проблем філософії, культурології, психології, педагогіки та історії. Вінниця : Твори, 2020. № 36 (т. 1). С. 18–21.

78. Дичковський С. І. Розвиток культурного туризму в епоху постіндустріального суспільства // Географія та туризм : наук. журнал / ред. кол.: С. П. Запотоцький (гол. ред.) та ін. Київ : Альфа-ПК, 2020. Вип. 58. С. 11–18.

## АНОТАЦІЯ

**Дичковський С. І. Глобальні трансформації туристичних практик і технологій в контексті становлення цифрового суспільства (digital society).** – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора культурології за спеціальністю 26.00.01 – теорія та історія культури. – Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв, Міністерство культури та інформаційної політики України, Київ, 2021.

Дослідження присвячене теоретичному осмисленню трансформацій туристичних практик і технологій, які відображають специфіку становлення цифрового суспільства, що характеризується появою багатовимірної реальності та впровадженням диджиталізації в буденне життя, утвердженням мережевих структур, глобальної економіки й цифрової культури. Виявлено, що, трансформувавшись з практик організації рекреаційно-споживчої та дозвілєво-культурної діяльності на важливий соціально-економічний і культурно-комунікативний інститут, що знаходить відображення у всіх видах, рівнях і проявах матеріальної та духовної форм культури, туризм постає фактором створення такої системи координат, що поєднує локальне і глобальне, обумовлюючи формування нового типу особистості.

У дисертації комплексно досліджено систему туристичних практик як вид поведінкових стратегій, що визначають соціально-просторову організацію середовища, інструмент позиціонування національного культурного продукту та технології побудови індивідуальних життєвих проєктів, що дало змогу виявити зміни модусу інтерпретації культурних і соціальних практик.

У роботі окреслено основні концептуальні засади побудови моделі туризму цифрового суспільства, які ґрунтуються на поліпарадигмальних положеннях культурологічних, соціологічних, філософських, географічних наук і визначені як послідовність етапів і векторів розвитку туристичної діяльності в їх тісному взаємозв'язку з трансформаційними процесами в культурі. Вказано, що модель туризму цифрового суспільства містить такі складові: модель культурного туризму споживання і спадщини, модель культурного туризму вражень, модель культурного туризму творчого досвіду.

**Ключові слова:** туристичні практики і технології, культурні трансформації суспільства, інституціоналізація туризму, культурний туризм, модель туризму цифрового суспільства, дискурси туристичної мобільності.

## SUMMARY

**Dychkovskiy S. I. Global transformations of tourism practices and technologies in the context of the formation of a digital society (digital society).** – Qualification scientific work on the rights of a manuscript.

The dissertation for obtaining a degree of Doctor of Culturology in specialty 26.00.01 – theory and history of culture. – National Academy of Culture and Arts Management, Ministry of Culture and Information Policy of Ukraine, Kyiv, 2021.



The research is devoted to the theoretical understanding of the transformations of tourism practices and technologies that reflect the formation of a digital society, which is marked by the emergence of multidimensional reality and introduction of digitalization in everyday life, establishment of network structures, global economy and digital culture. It was found that transformed from the practices of organizing recreational-consumer and leisure-cultural activities to an important socio-economic and cultural-communicative institution, which is reflected in all types, levels and manifestations of material and spiritual forms of culture, where tourism is a factor in establishing such a coordinate system where local and global are combined, causing the formation of a new personality type.

The dissertation includes a comprehensive research of the system of tourism practices as a type of behavioral strategies that determine the socio-spatial organization of environment and a tool for positioning the national cultural product and technology for building individual life projects which made it possible to identify changes in the mode of cultural interpretation and social practices.

The paper is defined the main conceptual foundations for building a tourism model of a digital society, which is based on the polyparadigmatic provisions of cultural, sociological, philosophical, geographical sciences and it is presented as a sequence of stages and vectors for the development of tourist activities in their close relationship with transformational processes in culture. It contains the following components: a consumption and heritage model of cultural tourism, an impressions model of cultural tourism, a creative experience model of cultural tourism. It is proved that in the context to the establishment of information technology civilization and virtual reality, this tourism model can be implemented simultaneously at all three levels or used only in fragments, depending on the cultural and tourist territory potential and creative capital of its inhabitants.

A comprehensive transdisciplinary approach based on the works by domestic and foreign specialists, allowed us to determine the essential aspects of the main tourism models. The cultural orientation of tourism models is directly related to the processes of the final transition of civilization to the information society and to the post-industrial stage of the development of tourist activities. A consumption and heritage model of cultural tourism is based on the development of cultural tourism in the conditions of cultural heritage commodification, by using the spatial structure of cultural landscapes and tourism practices in open-air museums. In impressions model of cultural tourism, the technology of servicing are aimed at constructing impressions of hospitality services, cultural narratives and participation in events. A creative experience model of cultural tourism offers practices for obtaining new knowledge, skills and creative experience in the space of creative urban areas, industrial zones and virtual reality.

It is proved within the framework of this model concept that in modern cultural tourism, new more individual forms of creative activity are developing which make it possible to develop their potential by directly attracting tourists and local communities to the process of creating cultural and tourist spaces. This contributes to the fact that creative tourism is considered as the "next generation" of cultural

tourism, which satisfies highest level of self-actualization need with the main focus of active skills development and opens up new opportunities for many regional cultural sectors, local cultural sites and local residents who can offer original and unique services and events to get a more complete destination idea.

**Keywords:** tourism practices and technologies, cultural transformations of society, institutionalization of tourism, cultural tourism, digital society model of tourism, discourses of tourist mobility.

Підп. до друку 09.03.2021. Формат 60x90 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>.  
Друк цифр. Облік.-вид. арк. 1,82. Гарн. Times.  
Тираж 100 прим. Замовл. 041.

---

Видавець і виготовлювач:

Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв  
01015, м. Київ, вул. Лаврська, 9.

*Свідоцтво про внесення до Державного реєстру суб'єктів видавничої справи  
Серія ДК № 3953 від 12.01.2011 р.*