

УДК 130.2:316.77] 976.5:7 / 9

**Алла Козак,**

кандидат педагогічних наук, доцент,

Волинський національний університет імені Лесі Українки,

ORCID ID 0000-0002-7636-6792

Kozak.Alla@vnu.edu.ua;

**Людмила Близнюк,**

кандидат філологічних наук, доцент,

Волинський національний університет імені Лесі Українки,

ORCID ID 0000-0002-0795-6254

Luda@vnu.edu.ua

DOI 10.29038/2524-2679-2021-03-93-102

## КУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

*У статті розглянуто поняття культури, туризму, комунікації та їх відносин. Туризм зосереджений на фундаментальних принципах обміну між народами і є водночас вираженням та досвідом культури. Культурний туризм – це набагато більше, ніж виробництво й споживання «високого» мистецтва й спадщини. Він проникає в деякі глибокі концептуальні території, що стосуються того, як ми будуємо й розуміємо себе, світ і багатошарові стосунки між ними. Перед тим, як визначити, що таке культурний туризм, ми повинні дати значення терміна «культура». Культурний туризм можна схарактеризувати як із погляду пропозиції й попиту, так і теоретичного й практичного підходів. Культурний туризм пов'язаний з міжкультурним спілкуванням. Культура впливає на норми й моделі поведінки різних суспільств, включаючи роль і значення культури в процесі створення комунікативних стилів. Міжкультурну комунікацію в контексті культурного туризму розглянуто як специфічну взаємодію між «нами» та «ними», другом і ворогом, у якому відбувається культурний обмін. **Мета статті** – розкрити, як культурний туризм слугує інструментом для покращення міжкультурного розуміння; як можна виправити міжкультурне непорозуміння або налагодити його, використовуючи культурний туризм як механізм.*

**Ключові слова:** міжкультурна комунікація, парадигма сучасної освіти, прецедентні явища, культурний туризм.

## 1. ВСТУП

**Постановка проблеми.** Питання важливості ознайомлення з культурною спадщиною інших народів завжди перебувало в межах цікавості науковців різних спеціальностей та історичних періодів. Ще в 1637 р. Декарт заявив, що «добре знати щось про звичаї різних народів, щоб більш ґрунтовно судити про власні, і так, щоб цього не робити, вважати, що все, що суперечить нашим способам, є смішним і проти розуму, як ті, хто нічого не бачив, мають звичку робити це» [1].

Безумовно, сприймання іноземної культури не може бути повноцінним без знання мовного середовища, у якому вона створена. Тому вивчення іноземних мов завжди було пріоритетом високоосвічених людей. Коли недостатньо знань про культуру країни, мову якої вивчають, студенти можуть стати такими, котрих Мілтон Беннетт називає «вільними дурнями» – людьми, котрі добре володіють іноземною мовою, але не розуміють суспільного чи її філософського змісту, що є її культурним виміром [2, 16].

В умовах глобалізації сучасного світу, бізнес-інтеграції, розширення інформаційного простору, розвитку нових технологій, активізації ділових та особистих контактів значення міжкультурного спілкування в освітньому процесі, особливо з метою ділового туризму, набуло актуальності. Сучасна модель цивілізації характеризується прагненням подолати будь-які національні, мовні й культурні бар'єри бажанням інтегрувати культурні досягнення різних народів.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Питанням розвитку та сучасної інтеграції культурного туризму й міжкультурної комунікації приділялася недостатньо уваги з боку науковців. Ці два глобальні явища були досліджені досить детально окремо один від одного, проте інтеграція їх вивчалась опосередковано. Аналіз опублікованих наукових праць виявив певну невисвітленість проблем розвитку культурного туризму в поєднанні зі збільшенням іншомовної компетентності людей різного віку, сфери зайнятості та місця проживання.

**Мета статті** – визначити роль культурного туризму в процесі оптимізації міжкультурного розуміння з урахуванням сучасних соціальних процесів.

## 2. РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Розуміння культури як сфери духовної, ціннісної, комунікативної організації суспільства, яка визначає норми поведінки, мислення,

почуттів різних верств населення й націй загалом, у суспільному розвитку та усвідомлення необхідності збереження культурного різноманіття у світі наголошує на необхідності розширити перспективи культурного туризму як ресурсу регіонального розвитку, а також вплив на соціально-культурну сферу, екологію, зовнішньоекономічну діяльність і міжнародні відносини. Це пов'язано з тим, що в сучасному світі туризм перетворюється з переважно економічного явища на явище соціально-культурне. Ураховуючи різноманітність регіонів, важливим вважаємо вивчення впливу культурного туризму на розвиток окремих регіонів.

Культура тісно пов'язана з наданням якісних освітніх послуг. Сучасна освіта покликана забезпечити розв'язання проблем вільного спілкування людей шляхом подолання мовних бар'єрів і культурних відмінностей. Це пов'язано із застосуванням таких методів іншомовної освіти, що дають змогу студентам не лише здобути певні навички й знання, а й вільно застосовувати їх у різноманітному контексті світового культурного середовища. Ця парадигма вимагала деяких змін у стратегії та змісті не лише знань мови, а й знань гуманітарних наук загалом. Найбільш важливим результатом цих змін є інтеграція культурних компонентів в освітній процес.

У галузі наукових знань поступово розвивається нова галузь прикладної науки – це міжкультурна комунікація. Її основи закладено американською школою культурної антропології та комунікації. Сам термін «міжкультурна комунікація» (МК) є цілісним. Він пов'язаний із дослідженням низки наук: культурної антропології, когнітивної й соціальної психології, соціології, когнітивної лінгвістики та типології мови. Навіть на початковому етапі свого виникнення як нова наукова дисципліна, міжкультурна комунікація мала би бути прагматичною й стосуватися розв'язання конкретних проблем вивчення та застосування іноземної мови.

Практичні цілі міжкультурної комунікації також визначили специфічні риси її змісту – спілкування між представниками різних культур. Основні питання, які обговорюються та розглядаються в цьому науковому контексті, пов'язані з відносинами між: 1) *мовою*, що відображає й водночас впливає на сприйняття світу, специфічного для кожної нації; 2) *культурою* як більш-менш стабільною системою осмислених і неосмислених правил, стандартів, цінностей, структур та артефактів; 3) *особистістю*, що характеризується культурно визначеною системою цінностей й здатністю до міжкультурної комунікації.

Міжкультурна комунікація є незамінним чинником і займає провідне місце в міжнародній туристичній діяльності. Як елемент цієї діяльності міжкультурну комунікацію можна розглядати як:

- саму діяльність (взаємодію між представниками різних культур у процесі професійної туристичної діяльності);
- організаційний принцип (під час розробки та розвитку туристичного продукту, розвитку маркетингових комунікацій, планування й упровадження реклами, що стосується розміщення й обслуговування іноземних гостей);
- чинник і критерій якості туристичного продукту;
- обов'язковий елемент професійної освіти у сфері туризму.

При цьому потрібно зазначити, що вимоги до застосування знань міжкультурної комунікації є різними для різних спеціалістів: найвищі стандарти застосовуються до спеціалістів із маркетингу, фахівців із туристичної реклами і зв'язків із громадськістю, екскурсководів, перекладачів, спеціалістів у галузі розваг. Якість туристичного продукту залежить від їхньої міжкультурної компетентності, уключаючи пізнавальну обізнаність, достовірність, репрезентацію найважливіших міжкультурних подій (спільних для обох культур).

Якість культурного туристичного продукту в цілому або окремої екскурсії, наприклад, неминуче постраждає, якщо йдеться про унікальні пам'ятки та події, використовуючи бідний словниковий запас, що містить велику кількість грубих граматичних помилок і представлений у неприйнятному стилі без урахування особливостей культури туристів. Люди не повинні забувати, що саме в культурному туризмі користувачі туристичних продуктів мають найвищі вимоги щодо культурної складової частини цього продукту.

Потрібно відзначити також наявність значної кількості слів в іноземних мовах, які не мають аналогів під час перекладу, утрачаючи унікальне значення, та обмежують сприйняття здобутків культурної спадщини. Незважаючи на те, що для середньостатистичного туриста це не є принциповим, проте витрачаючи значні кошти на подорож з орієнтацією на відвідування пам'яток культури, музеїв, галерей та інших відомих місць, обмеженість сприйнятої інформації є досить небажаною.

Так, для того, щоб мати чіткий опис особливостей міжкультурної комунікації в контексті культурного туризму, ми повинні вказати на характерні риси самого культурного туризму. Туризм зосереджений на фундаментальних принципах обміну між народами і є водночас виразом та досвідом культури [3, 9–16].

Культурний туризм – це набагато більше, ніж виробництво й споживання «високого» мистецтва й спадщини. Він проникає в глибокі концептуальні території, що стосуються того, як ми будуємо й розуміємо себе, світ і багатозарові стосунки між ними [4, 1–2].

Під час пошуків можливих шляхів оптимізації культурного туризму необхідним є врахування перспектив попиту та пропозиції, а також із погляду теоретичного й практичного підходів.

У міжнародному масштабі термін «культурний туризм» згадувався вперше в документах Всесвітньої конференції з питань культурної політики в 1982 р. З огляду на значення англійського терміна «культурний туризм», його основне призначення, безумовно, можна визначити як ознайомлення з культурою (та історією) певної країни у всіх її проявах (архітектура, живопис, музика, театр, фольклор, традиції, звичаї, спосіб життя людей, країну яких ти відвідуєш).

Потрібно відзначити, що словосполучення «культурний (-пізнавальний) туризм» також використовується як синонім «культурного туризму». ЮНЕСКО вважає культурний туризм відмінним від інших видів туризму та таким, що «визнає культуру інших народів» [5].

Поняття культурного туризму дуже складне, тому серед учених триває дискусія щодо його тлумачення й концептуалізації. Так, Маккерчер і Дю Кро відповідають на питання: «Що таке культурний туризм?» На це, здавалося б, просте питання насправді дуже важко відповісти, оскільки існує майже стільки ж визначень культурного туризму, скільки культурних туристів» [6].

Відповідно до «Словника термінів подорожей, туризму та гостинності», опублікованого в 1996 р., «культурний туризм» – це «загальний термін, що стосується подорожей у вільний час, мотивований одним або кількома аспектами культури певної місцевості» [7].

Одним із найрізноманітніших та особливих визначень 1990-х років є дефініція, надана ICOMOS (International Scientific Committee on Cultural Tourism – Міжнародний науковий комітет із питань культурного туризму): «культурний туризм можна визначити як таку діяльність, яка дає змогу людям відчувати другий спосіб життя інших людей, тим самим отримуючи з перших рук розуміння їхніх звичаїв, традицій, фізичного середовища, інтелектуальних ідей та тих місць архітектури, історії, археологічні або інші культурні значення, які залишилися з давніх часів. Культурний туризм відрізняється від туризму для відпочинку тим, що він прагне зрозуміти або оцінити походження місця, яке відвідують» [8]. Ми приймаємо й підтримуємо це визначення, котре, з одного боку, здається занадто довгим,

але згадує та виділяє не лише рукотворні пам'ятки, пов'язані з культурним туризмом, а й навколишнє середовище, а також надає ширший простір для цієї форми туризму.

Деякі визначення намагаються зосередити увагу на привабливості цієї системи, деякі – на географічному просторі, а деякі – на досвіді, але майже всі зосереджені на ролі місцевого населення.

Зростаючий інтерес до культурного туризму робить ще більший акцент на проблемі міжкультурної комунікації. З одного боку, це пов'язано з необхідністю виховувати повагу, толерантність та гостинність щодо туристів як представників іноземних культур, з іншого – для досягнення успіху міжкультурної комунікації надзвичайно важливо адаптувати туристичні програми й маршрути до національних особливостей туристів, підготувати персонал за допомогою перехресних культурних тренінгів до зустрічі з представниками певної зарубіжної культури. Важливо також зазначити, що навчальні курси з міжкультурної комунікації або її основні принципи мають займати провідне місце у професійній туристичній освіті. Міжкультурну комунікацію треба розглядати як фундаментальний принцип професійної підготовки в туристичному секторі.

Класичні визначні пам'ятки культурного туризму можна поділити на три групи:

- побудовані й матеріальні цінності (будівлі, матеріальні цінності різних видів мистецтва);
- культурні цінності, пов'язані з повсякденним життям (вільний час, дозвілля, спосіб життя, звички, гастрономія);
- події та фестивалі [9, с. 137–147].

Таке різноманіття не лише форм, а й географічної локації потребує підвищеної уваги до вивчення хоча б однієї мови – універсальної для всього світу – англійської.

Вивчаючи особливості попиту й пропозиції туристичних подорожей із культурними цілями, можемо зробити висновок, що, крім традиційного культурно-пізнавального туризму, як свідчить практика, поширені такі підкатегорії:

- культурно-історичні (пов'язані з історією певної країни, відвідування історичних пам'яток тощо);
- орієнтовані на культурні події (наголошуючи на стародавніх, традиційних чи сучасних культурних подіях – постановки, вистави, свята, фестивалі тощо, а також участь у них);
- культурно-релігійні (пов'язані з релігією або релігіями країни, відвідування священних місць, місць паломництва, ознайомлення з релігійними звичаями, традиціями, ритуалами);

– культурно-археологічні (за умови, що є інтерес до археології, відвідування пам'яток старовини, розкопок, участь в археологічних експедиціях);

– культурно-етнографічні (визначається інтересом до культури певної етнічної групи, способу життя, костюмів, фольклору, звичаїв і традицій, до конкретних етнічних художніх промислів);

– культурно-екологічні (пов'язані з інтересом до взаємодії між природою й культурою, на об'єктах природної та культурної спадщини, відвідування природних явищ національного значення тощо).

Культурний туризм розвивався за трьома основними напрямками:

1. знання культури та культурної спадщини;
2. збереження й відродження національної культури;
3. діалог культур.

Міжкультурна комунікація особливо важлива насамперед щодо третього напрямку. Культурний туризм пов'язаний із міжкультурною комунікацією. Культура впливає на норми й моделі поведінки різних суспільств, уключаючи роль і значення культури в процесі створення стилів спілкування. Міжкультурна комунікація в контексті культури туризму розглядається як специфічна взаємодія між «нами» та «ними», другом і ворогом, у якій відбувається культурний обмін.

Для того, щоб відбулася ефективна міжкультурна комунікація, потрібно мати знання про спільну когнітивну базу, характерну для того чи іншого лінгвістично-когнітивного суспільства. Ця база включає прецедентні явища, такі як прислів'я, приказки, цитати, імена відомих людей, котрі стали улюбленими. Прецедентні явища мають особливе значення, оскільки визначають основні цінності для цього лінгвокультурного суспільства та регулюють діяльність його членів, уключаючи й словесну діяльність.

Цікавий факт, про який доцільно згадати – те, що в різних культурах прецедентні явища мають різну композицію та джерела (художня література, фільми, рекламні тексти й інші).

У німецькій мовній культурі рекламне гасло шведської компанії ІКЕА (*Wohnst du noch oder lebst du schon?* – буквально: *Ти живеш чи просто існуєш?* / «*Ти просто деє існуєш чи ти облаштував дім?*») став прецедентом. Поширений нині серед німців у їхніх повсякденних розмовах, він також широко використовується журналістами в назвах статей («*Arbeitest du noch, oder lebst du schon?*» – Ти ще працюєш чи вже живеш? – заголовок статті в «*Spiegel Online*» про стрес на робочому місці; «*Telefonierst du noch oder chattest du schon?*» – Ти вже телефонуєш чи ще сидиш у чаті? –

назва статті для IT новин; «Denkst du noch oder studierst du schon?» – Ти ще думаєш чи вже навчаєшся? – слоган, який використовується в день відкритих дверей у певному німецькому коледжі.

Прецедентні явища є частиною колективних знань лінгвістичного культурного суспільства, і знати їх та належно використовувати є важливою складовою частиною професійної туристичної діяльності в контексті міжкультурної комунікації.

Працюючи над змістом рекламних матеріалів, текстів про екскурсії й інформації про туристичні сайти, фахівці повинні звернути увагу на культурні особливості, характерні для мовної культури туристів. З іншого боку, було б добре уникнути згадок про прецедентні явища, властиві місцевій культурі й невідомі або маловідомі іноземним туристам.

В іншому випадку це може призвести до низки небажаних реакцій, котрі не завжди можна передбачити: починаючи від непорозуміння, невдоволення, дискомфорту, роздратування, нудьги, закінчуючи підозрою на певний навмисний прихований сенс, культурний шок, стрес, тобто до проблем упровадження міжкультурної комунікації.

На практиці це означає, що екскурсійні матеріали, призначені для місцевих туристів, повинні повністю відрізнитися за своєю суттю від тих, що спрямовані для залучення іноземних гостей. Те саме стосується змісту комерційних статей й реклами, вебсторінок і матеріалів про туристичні ярмарки й експозиції, адресовані представникам різних мовних культур.

Туристичні соціальні й культурні розваги повністю покладаються на спроможність того, хто сприймає, розшифрувати як вербальну, так і невербальну інформацію, оскільки розважальні й жартівливі продукти ґрунтуються переважно на прецедентних явищах.

Ураховуючи сучасну ситуацію з обмеженою можливістю подорожувати й відвідувати культурні об'єкти, турист має змогу підвищити свій рівень володіння іноземною мовою за допомогою онлайн-шкіл. Тому варіантом для туристичних компаній є налагодження співпраці з мовними школами, що працюють у режимі онлайн, і забезпечити взаємообмін клієнтами для досягнення взаємовигідних результатів.

### **3. ВИСНОВКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ**

Узагальнюючи усе вищесказане, ми повинні зазначити, що культурний туризм тісно пов'язаний із міжкультурною комунікацією. Вони є взаємодоповнювальними й сприяють зростанню одна одної



за умови правильної організації. Знання мови сприяє успішному та повноцінному засвоєнню культурної спадщини, знищуючи перешкоди для особистісного зростання.

### СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Antiseri and Reale: Антисери Д, Дж. Реале (2002). Западная философия от истоков до наших дней. От Возрождения до Канта. Санкт-Петербург, Пневма, кн. 3.
2. Bennett, Milton J. (1997). How not to be a fluent fool & Understanding the Cultural Dimension of language. Fantini, Alvino E. New Ways in Teaching Culture. Illinois: Pantagraph Printing, p. 16–21.
3. Appadurai A. Cultural Diversity: A Conceptual Platform. In K. Stenou (ed.) *UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity*. UNESCO Publishing, Paris.
4. Smith, M. K.; Robinson, M. (2006). *Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re) presentation*. Ed. by Melanie Smith and Mike Robinson. Clevedon: Channel View Publications.
5. McKercher, B., Hillary du Cros. *Cultural Tourism: The Partnership Between*
6. Recommendation № 52 of the World Conference on Cultural Policy «Return of Cultural Values and Restoration of Historical Ensembles». URL: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_751#Text](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_751#Text)
7. *Tourism and Cultural Heritage Management* (2002). New York: The Haworth Press.
8. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality Terms, R. Harris and J. Howard. Hospitality Press, 1996.
9. ICOMOS Charter for Cultural Tourism. 1997. <http://www.icomos.org/tourism>  
Aubert, A., J. Csapó. Unique Features of the Tourist Attractions in Hungary's Historical Small Cities. In: *Settlement Dynamics and Its Spatial Impacts Siedlungsdynamik und Ihre Räumliche Wirkungen*. Ed.: Aubert, A. & Csapó, J. University of Pécs Department of Tourism, Pécs, 2002.

## CULTURAL TOURISM AS AN INSTRUMENT OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

The article deals with the concepts of culture, tourism, communication and their relationship. Tourism focuses on the fundamental principles of exchange between peoples and is both an expression and an experience of culture. Cultural tourism is much more than the production and consumption of «high» art and heritage. It penetrates some deep conceptual areas concerning how we build and understand ourselves, the world and the multi-layered relationship between them. Before defining what, cultural tourism is, we need to define the meaning of the term culture. Cultural tourism can be characterized both in terms of

supply and demand, as well as in terms of theoretical and practical approach. Cultural tourism is associated with intercultural communication. Culture influences the norms and patterns of behavior of different societies, including the role and importance of culture in the process of creating communicative styles. Intercultural communication in the context of cultural tourism is seen as a specific interaction between «us» and «them», a friend and foe in which cultural exchange takes place. The aim of the article is to reveal how cultural tourism serves as a tool to improve intercultural understanding; how the cross-cultural misunderstandings can be corrected or rectified using cultural tourism as a mechanism.

**Key words:** intercultural communication, paradigm of modern education, precedent phenomena, cultural tourism.

## REFERENCES

1. Antiseri and Reale: Antiseri D, J. Reale (2002). Western philosophy from its origins to the present day. From the Renaissance to Kant. Translated and edited by S. A. Maltseva. St. Petersburg, Pnevma, book 3.
2. Bennett, Milton J. (1997). How not to be a fluent fool & Understanding the Cultural Dimension of language. Fantini, Alvino E. New Ways in Teaching Culture. Illinois: Pantagraph Printing, 16–21.
3. Appadurai, A. Cultural Diversity: A Conceptual Platform. In K. Stenou (ed.) UNESCO Universal Declaration on Cultural Diversity. UNESCO Publishing, Paris.
4. Smith, M. K.; Robinson, M. (2006). *Cultural Tourism in a Changing World: Politics, Participation and (Re) presentation*. Ed. by Melanie Smith and Mike Robinson. Clevedon: Channel View Publications.
5. Recommendation № 52 of the World Conference on Cultural Policy «Return of Cultural Values and Restoration of Historical Ensembles». [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_751#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_751#Text)
6. McKercher, B., Hillary du Cros (2002). *Cultural Tourism: The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York: The Haworth Press.
7. Dictionary of Travel, Tourism and Hospitality Terms, R. Harris and J. Howard. Hospitality Press, 1996.
8. ICOMOS Charter for Cultural Tourism (1997). <http://www.icomos.org/tourism>
9. Aubert, A., J. (2002). Csapó. Unique Features of the Tourist Attractions in Hungary's Historical Small Cities. In: *Settlement Dynamics and Its Spatial Impacts Siedlungsdynamik und Ihre Räumliche Wirkungen*. Ed.: Aubert, A. & Csapó, J. University of Pécs Department of Tourism, Pécs.

*Матеріал надійшов до редакції 21.10.2021 р.*