

УДК 338.48-6:7/8

DOI <https://doi.org/10.32782/facs-2025-4-41>

Артур ОПЕЙДА

аспірант спеціальності 034 Культурологія, Волинський національний університет імені Лесі Українки, вул. Ковельська, 15, м. Луцьк, Волинська обл., Україна, 43016

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8950-0129>

Вікторія ГОЛОВЕЙ

докторка філософських наук, професорка, професорка кафедри культурології, Волинський національний університет імені Лесі Українки, вул. Ковельська, 15, м. Луцьк, Україна, 43016

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8224-5970>

Людмила ОПЕЙДА

кандидатка філософських наук, доцентка, доцентка кафедри політології та публічного управління, Волинський національний університет імені Лесі Українки, вул. Шопена, 24, м. Луцьк, Волинська обл., Україна, 43021

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3914-5250>

Бібліографічний опис статті: Опейда, А., Головей, В., Опейда, Л. (2025). Культурний туризм як чинник комунікативного оновлення особистості: культурно-антропологічний аспект. *Fine Arts and Culture Studies*, 4, 323–330, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2025-4-41>

КУЛЬТУРНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК КОМУНІКАТИВНОГО ОНОВЛЕННЯ ОСОБИСТОСТІ: КУЛЬТУРНО-АНТРОПОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТ

Мета статті – висвітлення культурно-антропологічного аспекту туризму як чинника екзистенційно-комунікативного оновлення особистості.

Методологія дослідження ґрунтується на міждисциплінарній стратегії соціокультурної аналітики, в основі якої – синтез культурно-антропологічного, філософсько-культурологічного, історичного та соціологічного підходів.

Наукова новизна полягає в концептуалізації культурного туризму як чинника екзистенційно-комунікативного оновлення сучасної людини через призму соціокультурної аналітики та культурно-антропологічного підходу.

Висновки. Доведено, що культурний туризм може слугувати потужним каталізатором екзистенційно-комунікативного оновлення особистості, сприяючи розширенню світогляду, розвитку самосвідомості та покращенню навичок комунікації. Подорожі до нових культурних середовищ стимулюють переосмислення власних цінностей, вірувань та цілей, а також сприяють встановленню зв'язків з іншими людьми та культурами. Таким чином, культурний туризм є не просто відпочинком, а й потужним інструментом особистісного зростання та розвитку. Він дозволяє не лише збагатити свій культурний багаж, але й трансформувати власне життя, роблячи його більш усвідомленим, насиченим та значущим. Обґрунтовано, що важливим методологічним орієнтиром в такому дослідженні є культурно-антропологічний підхід, націлений на аналіз крос-культурної взаємодії з метою виявлення і глибшого осмислення універсальних патернів туристичної активності та специфічних особливостей, обумовлених етнокультурними відмінностями та унікальністю індивідуального людського досвіду подорожування.

Ключові слова: культурний туризм, міжкультурна комунікація, комунікативне оновлення особистості, екзистенція, культурна антропологія, соціокультурна аналітика, людина подорожуюча (*homo viator*).

Artur OPEIDA

PhD student in Cultural Studies Lesya Ukrainka Volyn National University, 15 Kovel'ska St, Lutsk, Ukraine, 43016

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8950-0129>

Viktoria GOLOVEI

Doctor of Philosophical Sciences, Professor, Department of Cultural Studies, Lesya Ukrainka Volyn National University, 15 Kovel'ska St, Lutsk, Ukraine, 43016

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8224-5970>

Liudmyla OPEIDA

PhD in Philosophy, Associate Professor, Department of Political Science and Public Administration, Lesya Ukrainka Volyn National University, 24 Chopin St, Lutsk, Ukraine, 43021

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3914-5250>

To cite this article: Opeida, A., Golovei, V., Opeida, L. (2025). Kul'turnyy turyzm yak chynnyk komunikatyvnoho onovlennya osobystosti: kul'turno-antropolohichnyy aspekt [Cultural tourism as a factor of communicative renewal of personality: cultural and anthropological aspect]. *Fine Art and Culture Studies*, 4, 323–330, doi: <https://doi.org/10.32782/facs-2025-4-41>

CULTURAL TOURISM AS A FACTOR IN COMMUNICATIVE RENEWAL OF PERSONALITY: CULTURAL-ANTHROPOLOGICAL ASPECT

The purpose of the article is to highlight the cultural and anthropological aspect of tourism as a factor in the existential and communicative renewal of the personality.

The research methodology is based on an interdisciplinary strategy of sociocultural analytics, which is based on a synthesis of cultural-anthropological, philosophical-culturological, historical and sociological approaches.

The scientific novelty lies in the conceptualization of cultural tourism as a factor in the existential and communicative renewal of modern man through the prism of socio-cultural analytics and a cultural-anthropological approach.

Conclusions. It has been proven that cultural tourism can serve as a powerful catalyst for the existential and communicative renewal of the individual, contributing to the expansion of worldview, the development of self-awareness, and the improvement of communication skills. Traveling to new cultural environments stimulates rethinking of one's own values, beliefs, and goals, and also helps establish connections with other people and cultures. Thus, cultural tourism is not just a vacation, but also a powerful tool for personal growth and development. It allows you not only to enrich your cultural baggage, but also to transform your own life, making it more conscious, rich and meaningful. It is substantiated that an important methodological guideline in such research is a cultural-anthropological approach aimed at analyzing cross-cultural interaction in order to identify and understand more deeply universal patterns of tourist activity and specific features due to ethnocultural differences and the uniqueness of individual human travel experiences.

Key words: cultural tourism, intercultural communication, communicative renewal of personality, existence, cultural anthropology, sociocultural analytics, traveling man (*homo viator*).

Актуальність теми дослідження. Культурний туризм набуває все більшої популярності, не кажучи вже про вимушені подорожі-міграції у пошуках безпечнішого або ж більш цивілізованого життя на планеті. В Україні це пов'язано з проблемами воєнного стану, що триває з 2022 року та змушує українців, котрі щоденно потерпають від російської агресії, шукати прихисток в інших країнах.

Закордонні подорожі передбачають залучення особистості до міжкультурної комунікації. В цьому контексті актуалізується проблема формування адекватних комунікативних навичок. І це не тільки знання мов, а передусім здатність людини до толерантного діалогічного спілкування, насамперед, керуючись загальнолюдськими цінностями, незалежно, до якої нації вона належить, і куди б не закинула її доля. Саме така стратегія екзистенційно-особистісної поведінки здатна забезпечити та убезпечити життєвий шлях через продуктивну культурну взаємодію між людьми, спільнотами та суспільствами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій показує, що українські науковці нині активно досліджують різноманітні аспекти сучасного туризмузнавства. Сучасні особливості та різновиди туризму відображені у працях А. Глебової, Є. Козловського, В. Пазенка та багатьох інших. Зокрема, В. Пазенок наголошує на тому, що одним із основних чинників багатьох подорожей є не стільки збирання знань, скільки знайомство з іншими людьми та їх культурами. Вчений також звертає увагу на відмінності між «справжнім» мандрівником та «людиною-пройдисвітом», котра безцільно блукає світом у пошуках «кращої долі», ліпшого місця (Пазенок, 2004). Є. Козловський виділяє особливості використання технологій доповненої реальності у сфері туризму, зокрема, занурення в культуру та історію (Козловський, 2017, с. 185–190). А. Глебова, аналізуючи інноваційні технології в туризмі, наголошує на їх важливості для України з позиції вирішення нагальних проблем в туристичній галузі, зокрема, у збереженні пам'яток культури (Глебова, 2012, с. 141–150).

Феномен культурного туризму є сферою наукового інтересу таких науковців як В. Бойко, Л. Божко, П. Вербицька, С. Дичковський, В. Сіверс та І. Братусь, О. Федорович, М. Шевелюк тощо. Так, Л. Божко розглядає основи культурного туризму й аналізує умови, що спричинили його активний розвиток наприкінці ХХ – початку ХХІ століття (Божко, 2016, с. 91). Концептуальне виокремлення та теоретичне обґрунтування поняття «культурний туризм» знаходимо у праці П. Вербицької «Сутність поняття “культурний туризм” у сучасному науковому дискурсі» (Вербицька, 2020, с. 12–16). В. Бойко досліджує можливості для розвитку туризму та популяризації української культурної спадщини на глобальному рівні (Бойко, 2022, с. 5–10). Динаміку культурного потенціалу туристичних практик в умовах розвитку цифрового суспільства ґрунтовно висвітлює С. Дичковський (Дичковський, 2020).

В контексті нашого дослідження доцільно також звернути увагу на праці зарубіжних та вітчизняних представників сучасної комунікативної філософії. У рамках міждисциплінарного та компаративістського підходу до означеної теми необхідно виділити психологічний та соціологічний аспекти у вивченні феномену подорожування. Неабиякої уваги заслуговують праці відомого юнгіанця Джеймса Холліса «Мандрівка, яку ми звемо своїм життям: питання, які варто прожити» (Холліс, 2021) та «Творити життя: знайти власний шлях», де з унікальною проникливістю описано цінність кожної людської мандрівки й важливість осмисленого життя (Холліс, 2022).

Мета дослідження полягає у висвітленні культурно-антропологічного аспекту туризму як чинника екзистенційно-комунікативного оновлення особистості.

Виклад основного матеріалу дослідження варто розпочати із визначення та інтерпретації ключового поняття, яким ми будемо користуватися, аналізуючи означену проблематику. Йдеться передусім про поняття «культурний туризм».

Слід зазначити, що «поняття “культурний туризм” (“cultural tourism”) на міжнародному рівні вперше згадується в матеріалах Всесвітньої конференції з культурної політики (1982 р.), але його початком можна вважати середину ХVІІІ століття, коли поняття культурного

туризму означало практику подорожей Європою для вивчення витончених мистецтв» (Божко, 2016, с. 91–92). Як зазначає Л. Божко, «сини аристократів вирушали в тривалі турне (grand tours) у супроводі своїх домашніх вихователів-наставників, щоб повернутися освіченими, або “культурними” людьми» (Божко, 2016, с. 92). Загалом дослідниця простежує генезис та еволюцію поняття «культурний туризм», що стало для нас досить-таки продуктивною основою для осмислення потенціалу та багатогранності означеного феномену. На багатоаспектності цього поняття наголошує і П. Вербицька. Науковиця доходить висновку, що «історико-культурний, культурний туризм, туризм спадщини, мистецький туризм, екотуризм, етнічний туризм, подієвий туризм – це далеко не повний перелік термінів, які використовують науковці для означення одного й того самого явища» – тобто, культурного туризму (Вербицька, 2020, с. 13).

Характеризуючи культурний туризм, насамперед, слід звернутися до офіційних визначень міжнародних організацій, а саме: Всесвітньої туристичної організації (WTO), Європейської асоціації освіти у галузі туризму та дозвілля (ATLAS) та Міжнародної ради з охорони пам'яток та історичних місць (ICOMOS). Отож, згідно з визначенням Всесвітньої туристичної організації культурний туризм охоплює всі переміщення людей, оскільки вони задовольняють людську потребу в різноманітті та спрямовані на підвищення культурного рівня особистості, стимулюючи нові знання, досвід і зустрічі (Richards, 1996). Авторитетний дослідник культурного туризму Д. Тімоті зазначає, що у світовому масштабі значно більше половини всіх подорожей далеко від дому мають певний зв'язок з культурою та мистецтвом (Timothy, 2020).

Міжнародна рада з охорони пам'яток та історичних місць ICOMOS у Міжнародній туристичній хартії констатує: «культурний туризм – це форма туризму, що має на меті ознайомлення із культурою і культурним середовищем місця відвідин, включно з ландшафтом, із традиціями мешканців та їх способом життя, художньою культурою і мистецтвом, різними формами дозвілля» (ICOMOS, 2002).

За визначенням Європейської асоціації освіти у галузі туризму та дозвілля ATLAS:

«Культурний туризм передбачає переміщення осіб до визначних культурних пам'яток за межі місця проживання з метою здобуття нової інформації та досвіду для задоволення своїх культурних потреб» (Maitland, 2007). Таке визначення фокусується на мотивах людини подорожуючої – *Homo viator*.

Без сумніву, визначальним виміром культурного туризму є мотивація та, відповідно, дія й поведінка мандрівника. Концепт культурного туризму здатний охопити всі подорожі, що здійснюються людьми для отримання нових естетичних вражень від споглядання культурно-мистецьких артефактів, засвоєння цікавої пізнавальної інформації про традиції і звичаї представників інших культур та, на цій основі, збагачення й оновлення їх власного життя, вдосконалення навичок міжкультурної комунікації. До чинників, що вирізняють культурний туризм від інших видів дозвілля, належать «його індивідуальний і творчий вимір, відкритість мандрівників до пізнання історичної і культурної спадщини та їхня готовність до здобуття глибшого досвіду в процесі особистої зустрічі з іншою культурою та її представниками» (Вербицька, 2020, с. 16). Одним із визначальних мотивів культурного туризму є пізнавальний інтерес та нестримне бажання сягнути за «видноколом» вже відомого культурно-цивілізаційного простору.

В сучасному глобальному світі «культурний туризм розвивається в трьох взаємопов'язаних та взаємодоповнюючих напрямках: пізнання культури та культурної спадщини; охорона та відродження культури; діалог культур. Тобто нині культурному туризму притаманні три основні гуманітарні функції: культурно-пізнавальна й освітня; культуроохоронна і консерваційна; комунікаційна та миротворча» (Божко, 2016, с. 97).

Варто підкреслити особливу важливість комунікаційної функції культурного туризму, що сприяє процесу крос-культурної взаємодії та міжособистісному спілкуванню. Як відомо, саме через етнонаціональні культурні цінності пролягає дорога до цінностей загальнолюдських. Отож, коли відбувається зустріч і конструктивна взаємодія різних культур, з'являються сприятливі умови для налагодження конструктивного міжкультурного діалогу, в якому тільки й можливо дійти консенсусу. Більше того, від

останнього нині залежить майбутнє як кожної окремої особистості, так і майбуття сучасної цивілізації. Ці процеси відбуваються за принципом еволюційно-синергетичної взаємодії, де ключовою точкою біфуркації є сама людина з її вмінням приймати правильні рішення. Така людина може з'явитися та проявитися лише у просторі взаємодії культурних світів, вибираючи в себе та усвідомлюючи відшліфовані часом загальнолюдські цінності.

На цьому шляху культурний туризм видається нам надзвичайно важливим чинником міжкультурної комунікації, котра відбувається за посередництвом окремого індивіда та водночас здійснює постійний вплив на становлення його як «людини світу». Без сумніву, мандри у просторі культури здатні задовольнити людську потребу у пізнанні світу й самої себе. Більше того, такі подорожі оновлюють особистісне буття людини, вони додають впевненості її перебуванню та переживанню будь-якої ситуації, спонукаючи до творчості й самотворення. Адже туристична подорож – це не тільки переміщення людини в просторі, знайомство з новими країнами, культурними традиціями, історичними та мистецькими пам'ятками, природними ландшафтами тощо. «У широкому розумінні подорож – це зміна стану свідомості і духу людини, яка пов'язана зі зміною відчуттів, отриманням нової інформації, матеріалу для споглядання, роздумів, тобто накопиченням інформації, що може вплинути на людину, яка пізнає саму себе» (Сіверс & Братусь, 2006, с. 128). Концептуалізуючи антропологію туризму, Т. Пархоменко цілком слушно акцентує увагу на екзистенційних мотивах подолання самотності, відчуження, пошуків сенсу життя, а також на потребі отримання естетичної насолоди. «Культурний туризм, – на думку дослідника, – лежить у підґрунті духовного збагачення людини, поглиблення її інтелектуальної, естетичної, моральної зрілості» (Пархоменко, 2004).

В методологічному аспекті важливим для нашого дослідження є наступне твердження дослідників І. Сіверса і В. Братуся: «У культурологічному сенсі туризм є набагато ширшим явищем, ніж просте задоволення потреб людини в опануванні нового простору. Це виявлення сутності людини шляхом побудови цього простору. При цьому сама побудова як

об'єктивізована починає відігравати надалі самостійну й продуктивну культурну роль. У зв'язку з цим можна вважати, що методологія культурології туризму полягає у виокремленні найбільш значущих домінант загального культурологічного та туристського потоків, що наповнюють собою всі можливі вияви людської життєдіяльності» (Сіверс & Братусь, 2006, с. 128). В цьому контексті відзначимо важливість людинотворчої і культуротворчої функцій культурного туризму.

В сучасних глобалізаційних умовах культурний туризм набув нових значень. Нині його бурхливий розвиток сприяє прискоренню динаміки крос-культурної взаємодії, а також утвердженню ідеалів культурного діалогу і толерантності. Через привернення уваги світової громадськості до проблем збереження культурної спадщини, національно-етнічної культурної різноманітності культурний туризм стає інструментом підтримки гуманістичних ідеалів, миру та стабільного розвитку, активізуючи особистісне начало кожної людини на основі прагнення до актуалізації загальнолюдських цінностей.

Водночас слід зазначити, що туризм не тільки збагачує людину новими враженнями, поглиблює її екзистенційний досвід, але й сприяє підвищенню ефективності економічного та соціокультурного розвитку регіонів, передусім в силу необхідності збереження туристично-привабливих об'єктів – культурно-історичної спадщини, природних ландшафтів, а також вдосконаленню інфраструктури. Цими ресурсами можуть користуватися не тільки туристи, але й місцеві громади, які зацікавлені в зростанні креативного потенціалу і туристичної привабливості своїх територій, збереженню їх культурної ідентичності.

Без сумніву, культурний туризм вирізняється з-поміж інших видів туризму своєю багатогранністю. Більше того, він корелює із багатогранністю самої культури. Тому цей феномен доцільно досліджувати в широкому соціокультурному контексті. На нашу думку, важливим методологічним орієнтиром в такому дослідженні може стати культурно-антропологічний підхід, націлений на аналіз крос-культурної взаємодії з метою виявлення і глибшого осмислення універсальних патернів туристичної активності та специфічних особливостей,

обумовлених етнокультурними відмінностями та унікальністю індивідуального людського досвіду подорожування.

Сучасні медіа-технології кардинально змінюють усі форми людської активності, у тому числі й туристичну, впливаючи на процеси міжкультурної комунікації та інкультурації людини. Дослідження цих процесів сьогодні розгортається в науковій сфері, яка отримала назву антропологія медіа. Так, відомий американський медіаантрополог Д. Міллер у 2012 році став ініціатором масштабного дослідницького проєкту *«Why We Post»*, до якого активно долучилися антрополози з Великобританії: упродовж п'ятнадцяти місяців команда науковців з університетського коледжу Лондона проводила польові дослідження в дев'яти спільнотах, розташованих в різних регіонах світу, вивчаючи роль соціальних медіа у життєдіяльності людей (Why we post, 2015). В межах дослідницького проєкту вивчалися особливості комунікації представників різних верств та культурно-етнічних спільнот в соціальних мережах, передусім «бралися до уваги культурно-етнічні, соціальні, гендерні відмінності, також проблеми соціальної нерівності, культурної ідентичності тощо» (Головей, 2023). Застосовуючи методи польових досліджень, медіаантрополози вивчають роль інтернет-комунікацій у міжкультурній взаємодії, в тому числі у процесах міграції та туристичної мобільності, інтенсивніссть яких неухильно зростає. Багатий матеріал для такого аналізу містять соціальні інтернет-мережі, в яких розміщені чисельні фотографії й відео з туристичних мандрівок. Застосування методів емпіричних досліджень дозволяють поглибити теоретичне розуміння процесів крос-культурної комунікації в різноманітних туристичних практиках та прослідкувати їх вплив на екзистенційно-комунікативне оновлення особистості.

Сучасні туристичні практики зазнають суттєвих змін за рахунок активного використання соціальних мереж, інтернет-блогів, штучного інтелекту, GPS-інструментів та мобільних додатків. Нині культурний туризм за допомогою інноваційно-інформаційних технологій освоює нові можливості, які пропонують безліч віртуальних подорожей, 3D екскурсій та 3D турів. В цьому плані накопичений чималий зарубіжний (Aamir & Atsan, 2023; Rehan, 2023; Thomas, 2024) та вітчизняний досвід. Ми

також досліджували цю проблематику і дійшли висновку, що віртуальне подорожування має значний потенціал для задоволення важливих екзистенційно-комунікативних потреб особистості, особливо за умов, коли фізична подорож в силу різних обставин є неможливою (Опейда, 2025, с. 134–139).

Підсумовуючи, зазначимо, що культурний туризм здійснює різносторонній вплив на особистість. У кожної людини протягом життя вимальовується індивідуальний життєвий шлях подорожування в культурі; за дорожньою картою культурного мандрування можна дослідити особливості формування будь-якої особистості. Завдяки ознайомленню із новими культурними ландшафтами, традиціями, мистецтвом та історією розширюється світогляд, збагачуються наші знання про світ та уявлення про різноманітність людського досвіду. Знайомство з новими культурними контекстами спонукає до переоцінки певних переконань та пріоритетів, сприяє подоланню упереджень та стереотипів, що дозволяє нівелювати хибні уявлення та розвинути толерантність і повагу до культурних відмінностей. Подорожі допомагають ідентифікувати власні сильні сторони і слабкі місця, виявити й реалізувати свої бажання, подолати страхи та обмеження. Зіткнення з незнайомим середовищем часто виводить людину із зони комфорту і тим самим сприяє розвитку стійкості, адаптивності та впевненості в собі. Нові культурні досвіди можуть надихнути на переосмислення життєвих цілей, пошук нових сенсів та напрямків у житті. Культурний туризм також сприяє покращенню навичок міжкультурної комунікації, різносторонньої взаємодії з представниками різних культур, стимулює вдосконалення

мовних здібностей, у тому числі вивчення іноземних мов.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Доведено, що культурний туризм може слугувати потужним каталізатором екзистенційно-комунікативного оновлення особистості, сприяючи розширенню світогляду, розвитку самосвідомості та покращенню навичок комунікації. Подорожі до нових культурних середовищ стимулюють переосмислення власних цінностей, вірувань та цілей, а також сприяють встановленню зв'язків з іншими людьми та культурами. Таким чином, культурний туризм є не просто відпочинком, а й потужним інструментом особистісного зростання та розвитку. Він дозволяє не лише збагатити свій культурний багаж, але й трансформувати власне життя, роблячи його більш усвідомленим, насиченим та значущим.

Культурний туризм вирізняється з-поміж інших видів туризму своєю багатогранністю. Більше того, він корелює із багатогранністю самої культури. Тому цей феномен доцільно досліджувати в широкому соціокультурному контексті. Важливим методологічним орієнтиром в такому дослідженні може стати культурно-антропологічний підхід, націлений на аналіз крос-культурної взаємодії з метою виявлення і глибшого осмислення універсальних патернів туристичної активності та специфічних особливостей, обумовлених етнокультурними відмінностями та унікальністю індивідуального людського досвіду подорожування.

Аналіз тенденцій сучасного розвитку культурного туризму вказують на перспективність такого його різновиду як креативний або творчий туризм, що є актуальною темою для подальших наукових досліджень.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Божко Л. Д. Культурний туризм: від старого змісту до нової концепції. *Культура України. Серія: Культурологія*. 2016. Вип. 52. С. 90–102.
2. Бойко В., Далевська Н. Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світу. *Управління змінами та інновації*. 2022. № 3. С. 5–10.
3. Вербицька П. Сутність поняття «культурний туризм» у сучасному науковому дискурсі. *Historical and Cultural Studies*. 2020. Vol. 7, No. 1. С. 12–16.
4. Глебова А. О. Інноваційні технології у туристичній галузі. *Економіка. Управління. Інновації*. 2012. № 2 (8). С. 141–150.
5. Головей В. Ю. Інтернет-середовище як соціокультурний простір комунікації і творчості. *Cultural and artistic practices: world and Ukrainian context* [Андрущенко Т.А., Андрущенко В.А., Головей В.Ю. та ін.]. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2023. С. 98–123.

6. Дичковський С. І. Динаміка культурного потенціалу туристичних практик в контексті індивідуалізації буття сучасної людини. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв*. 2020. № 4. С. 11–20. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.4.2020.219109>
7. Козловський Є. В. Особливості використання технології доповненої реальності у сфері туризму. *Культурологічна думка*. 2017. № 12. С. 185–190.
8. Опейда А. Віртуальна подорож як сучасний різновид культурного туризму. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2025. № 1. С. 134–139.
9. Пазенок В. С. Філософія туризму. К. : Кондор, 2004. 268 с.
10. Пархоменко Т.С. Антропологія туризму. Філософія туризму. Київ : Кондор, 2004. 268 с. URL: http://tourlib.net/books_ukr/filotur (дата звернення: 25.04.2025)
11. Сівєрс В. А., Братусь І. В. Культурологічні аспекти туризму. Вісник національного авіаційного ун-ту. Київ, 2006. № 1 (3). С. 127–135. <https://er.nau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/8ae7a1e0-dd80-4efb-95ca-a29ababb6a51/content>
12. Холліс Дж. Мандрівка, яку ми звемо своїм життям: питання, які варто прожити. Пер. з англ. Ф. Левчук, Л. Купріна. Ужгород: Exist, ТОВ «РІК-У», 2021. 232 с.
13. Холліс Дж. Творити життя: знайти власний шлях. Пер. з англ. Л. Купріна; упоряд. С. Вайн. Ужгород: Exist, ТОВ «РІК-У», 2022. 240 с.
14. Aamir, S., Atsan, N., & Khan, M. S. Going Digital with Multisided-Platforms: Assessing the Innovation Adoption Process from the Perspectives of Travel Agents. *Tourism and Hospitality Research*. 2023. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/14673584231186535>
15. ICOMOS, International Tourism Charter. 2002. Retrieved from <https://www.icomos.no/wp-content/uploads/2014/04/ICTC-Charter.pdf>
16. Maitland, R. Cultural tourism and the development of new tourism areas in London In Richards, G. (Ed.) *Cultural Tourism: Global and local perspectives*. New York: Haworth Hospitality Press. 2007.
17. Rehan Iftikhar, Mohammad Saud Khan & Khamsavay Pasanchay. Virtual reality tourism and technology acceptance: a disability perspective. *Leisure Studies*, 2023. 849–865. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/02614367.2022.2153903>
18. Richards, G. Cultural Tourism in Europe. *Wallingford*: CABI. 1996. P. 166-200.
19. Thomas, G. Challenges and Trends of Digital Innovation in the Tourism Sector: Contemporary Literature Review. *Open Journal of Business and Management*. 2024. 12, 179–190. Doi: 10.4236/ojbm.2024.121013
20. Timothy, Dallen J. Cultural Heritage and Tourism: An Introduction. Bristol, Blue Ridge Summit: Channel View Publications, 2020. <https://doi.org/10.21832/9781845417727>
21. Why we post: a global anthropological research project on the uses and consequences of social media. URL: <https://www.ucl.ac.uk/social-historical-sciences/anthropology/research/why-we-post>

REFERENCES:

1. Bozhko L. D. (2016). Kulturnyi turyzm: vid staroho zmistu do novoi kontseptsii [Cultural tourism: from the old meaning to the new concept]. *Kultura Ukrainy. Seriya: Kulturolohiia – Culture of Ukraine. Series: Culturology, Vyp. 52*. S. 90–102 [in Ukrainian].
2. Boiko V., Dalevska N. (2022). Rozvytok turyzmu pislia zbroinykh konfliktiv u riznykh krainakh svitu [Tourism development after armed conflicts in different countries of the world]. *Upravlinnia zminamy ta innovatsii – Change management and innovation, № 3*, S. 5–10 [in Ukrainian].
3. Verbytska P. (2020). Sutnist poniattia “kulturnyi turyzm” u suchasnomu naukovomu dyskursi [The essence of the concept of “cultural tourism” in the contemporary scientific discourse of innovation]. *Historical and Cultural Studies, Vol. 7, No. 1*. 12–16 [in Ukrainian].
4. Glibova, A. O. (2012). Innovatsiini tehnolohii u turystychnii haluzi [Innovative technologies in the tourism industry]. *Ekonomika. Upravlinnia. Innovatsii – Economics. Management. Innovation, № 2 (8)*, 141–150 [in Ukrainian].
5. Holovei V. Yu. (2023). Internet-seredovyshche yak sotsiokulturnyi prostir komunikatsii i tvorchosti [The Internet environment as a socio-cultural space of communication and creativity]. *Cultural and artistic practices: world and Ukrainian context* [Andrushchenko T.A., Andrushchenko V.A., Holovei V.Yu. ta in.]. Riga, Latvia : Baltija Publishing, S. 98–123 [in Ukrainian].
6. Dychkovskyy S. I. (2020). Dynamika kulturnoho potentsialu turystychnykh praktyk v konteksti indyvidualizatsii buttia suchasnoi liudyny [Dynamics of cultural potential of tourist practices in the context of individualization of the existence of modern man]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv – National Academy of Culture and Arts Management Herald, № 4*, S. 11–20. DOI: <https://doi.org/10.32461/2226-3209.4.2020.219109> [in Ukrainian].

7. Kozlovskiy Ye. V. (2017). Osoblyvosti vykorystannia tekhnolohii dopovnenoї realnosti u sferi turyzmu [Features of using augmented reality technology in the tourism sector]. *The CultuROLOGY IDEAS*. № 12, 185–190 [in Ukrainian].
8. Opeida A. (2025). Virtualna podorozh yak suchasnyi riznovyd kulturnoho turyzmu [Virtual travel as a modern type of cultural tourism]. *Visnyk Natsionalnoi akademii kerivnykh kadrov kultury i mystetstv – Bulletin of the National Academy of Culture and Arts Management: nauk. zhurnal*. 2025. № 1, S. 134–139 [in Ukrainian].
9. Pazenok, V. S. (2004). *Filosofia turyzmu [Philosophy of tourism]*. Kyiv: Kondor, 268 s. [in Ukrainian].
10. Parkhomenko T. S. (2004). *Antropolohiia turyzmu. Filosofia turyzmu [Anthropology of tourism. Philosophy of tourism]*. Kyiv : Kondor, 268 s. URL: Retrieved from http://tourlib.net/books_ukr/filotur [in Ukrainian].
11. Sivers V. A., Bratus I. V. (2006). Kulturolohichni aspekty turyzmu [Cultural aspects of tourism]. *Visnyk natsionalnoho aviatsiinoho un-tu – Bulletin of the National Aviation University*. Kyiv, № 1 (3). S. 127–135. Retrieved from <https://er.nau.edu.ua/server/api/core/bitstreams/8ae7a1e0-dd80-4efb-95ca-a29ababb6a51/content> [in Ukrainian].
12. Kholis Dzh. (2021). *Mandrivka, yaku my zvemo svoim zhyttiam: pytannia, yaki varto prozhyty [The journey we call our lives: questions worth living]*. Per. z anhl. F. Levchuk, L. Kuprina. Uzhhorod: Exist, TOV «RIK-U», 232 s. [in Ukrainian].
13. Kholis Dzh. (2022). *Tvoryty zhyttia: znaity vlasnyi shliakh [Creating life: finding your own path]*. Per. z anhl. L. Kuprina; uporiad. S. Vain. Uzhhorod: Exist, TOV «RIK-U», 240 s. [in Ukrainian].
14. Aamir, S., Atsan, N., & Khan, M. S. (2023). Going Digital with Multisided-Platforms: Assessing the Innovation Adoption Process from the Perspectives of Travel Agents. *Tourism and Hospitality Research*. Retrieved from <https://doi.org/10.1177/14673584231186535> [in English].
15. ICOMOS, International Tourism Charter. (2002). Retrieved from www.whit-rap.org/temes/69/userfiles/download/2013/2/28/vqevbibfgtbbewh.pdf [in English].
16. Maitland, R. (2007). Cultural tourism and the development of new tourism areas in London In Richards, G. (Ed.) *Cultural Tourism: Global and local perspectives*. New York: Haworth Hospitality Press [in English].
17. Rehan Ifthikhar, Mohammad Saud Khan & Khamsavay Pasanchay, (2023). Virtual reality tourism and technology acceptance: a disability perspective. *Leisure Studies*, 849–865. Retrieved from <https://doi.org/10.1080/02614367.2022.2153903> [in English].
18. Richards, G. (1996). Cultural Tourism in Europe. *Wallingford*: CABI. P. 166–200 [in English].
19. Thomas, G. (2024). Challenges and Trends of Digital Innovation in the Tourism Sector: Contemporary Literature Review. *Open Journal of Business and Management*. 12, 179–190. Doi: 10.4236/ojbm.2024.121013 [in English].
20. Timothy, Dallen J. (2020). *Cultural Heritage and Tourism: An Introduction*. Bristol, Blue Ridge Summit: Channel View Publications, Retrieved from <https://doi.org/10.21832/9781845417727> [in English].
21. Why we post: a global anthropological research project on the uses and consequences of social media. URL: <https://www.ucl.ac.uk/social-historical-sciences/anthropology/research/why-we-post> [in English].

Дата першого надходження рукопису до видання: 15.08.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 10.09.2025

Дата публікації: 07.11.2025