

UDC 008:312.421

POETICS AS A CHOREA AND ARETEY: THE SYNCRETISM OF MUSIC I. STRAVINSKY

Arefieva Elizaveta – graduate student of NAMU
named after P. Tchaikovsky

The categories «chorea» and «Aretea» provide an opportunity to approach the image of music by I. Stravinsky in the context of its syncretism and syncretism. The point is that, by its nature, Stravinsky, as a composer of synthetic type, was born to syncretism, that is, to the integrity of music, which cannot be decomposed into elements of synthesis. Stravinsky is a neophyte in religious music, his religiosity, like many philosophers and artists of the Silver Age, has emerged as a rejection of elemental atheism and positivism. Hence, such a pagan campaign in antiquity, pre-Christian culture. Stravinsky denies real time in «The Springtime of the Sacred», musical cosmology is formed, time is eliminated, only space lives in music. The composer forms musical syntagmas of a small, existential space, «as big as a little finger», as one of the hypercritics remarked. There is a kind of installation that creates the endless series of hyperstructures of large and small spaces. The chronotope is formed as an inverse space time and an existential fullness of being. The analogue of the unity of time-space is a circle, an infinite elastic body of dance, which creates the reality of a circular motion as a kind of self-realization of space within the blue-pink world, according to Matisse, which can be seen in Stravinsky's music. In the depths of synthetic intentions, one can find a chorea – the antique impulse of some eternal dance. Dance lives breathing rhythm. «The sacred spring» is the embodiment of ancient Greek trochaic, the essence of the triune immersion into a rhythm that dances itself, speaks about itself, is silent about itself, and can say nothing about itself. Surprisingly, the brilliant blue aquarium with exotic Matisse fish is similar to the works of Stravinsky in that the spirit of movement breathed water, died in water, could not live long in water. The pink and blue substance of water is the primary syncretism according to the biblical pattern, where land leaves the water and mankind, earthly creatures, emerge.

Key words: syncretism, synesthesia, musical poetics, art synthesis, reflection.

Надійшла до редакції 15.09.2018 р.

УДК 304.4:338.48:004.77

ТУРИСТИЧІ ПРАКТИКИ В МОДУСІ КУЛЬТУРНИХ ПОВОРОТІВ

Адамовська Маріанна Станіславівна – голова предметно-циклової комісії

«Туристичне обслуговування» КЗ вищої освіти
Київської обл. ради «Академія мистецтв», м. Київ
orcid.org/0000-0002-7295-0182
doi.org/10.35619/ucpmk.vi27.62
marianka_s@ukr.net

Метою статті є виявлення специфіки туристичних практик і особливості їх реалізації в дискурсі таких культурних поворотів ХХ-ХХІ ст., як просторовий і віртуальний. Методологія дослідження ґрунтується на міждисциплінарному підході, який сприяє зближенню теоретичної і прикладної складової культурологічних досліджень. Наукова новизна полягає у з'ясуванні впливу «культурних поворотів» на туристичну сферу й розробку туристичних практик. Просторовий поворот дозволив розширити предметне поле дослідження феномену туризму й туристичних практик, включивши в це поле туристичні гетеротопії, віртуальні туристичні гетеротопії і збагатив понятійно-категоріальний апарат їх осмислення, заклав підґрунтя для формування складної, відкритої, гетерогенної й спеціалізованої концептосфери туризму.

Ключові слова: туристичні практики, культурні повороти, просторовий поворот, віртуальний поворот, імерсивний поворот, туристичний простір, туристичні гетеротопії.

Постановка проблеми. Трансформаційні процеси, що відбуваються в сучасному світі під впливом цифрових технологій, призводять до зміни соціально-культурних векторів цивілізаційного розвитку й прискорюють його динаміку. В контексті перетворення туризму на глобальний феномен «світу мобільностей» традиційні види туризму, характерні для індустріального суспільства, наповнюються новим змістом, розширюється їх функціональний діапазон. А один із головних трендів сучасного туризму – задоволення індивідуальних потреб вибагливих споживачів, їх бажання вийти за межі звичного, рутинного існування й отримати новий чуттєво-емоціональний досвід шляхом глибокого занурення в атмосферу нової реальності, обумовлює появу чисельних креативних туристичних практик.

Зростання глобальної туристичної активності й попит на епатаж та ексцентричність, нетрадиційність і маргінальність, ризик і небезпеку свідчить не лише про підвищення значення туризму в житті людини, а й формування нових цінностей, потреб та інтересів, моделей поведінки споживачів туристичних послуг, адекватних новій цифровій епосі. І тому не лише об'єктивні чинники, а й

«метафізичний настрій епохи» (М. Хайдеггер), який повинні відчувати продуценти туристичних послуг, актуалізували дослідження туристичних практик у модусі «культурних поворотів» ХХ–ХХІ ст.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. В аспекті просторового повороту вітчизняні та зарубіжні науковці значну увагу приділяють вивченню туристичного простору і проблем, пов'язаних з його трансформацією. Так Т. Хагерстранд, Е. Роджерс розробляють просторову модель дифузії інновацій, зокрема й туристичних, В. Преображенський і Ю. Веденева – концепцію територіальних рекреаційних систем, складовою яких є туристичні. Р. Бутлер акцентує увагу на еволюції туристичного простору, а В. Крісталлер у ракурсі теорії периферії розкриває роль і значення туристичних практик для її розвитку. Д. Гец досліджує районування туристичної активності. В праці «Простір. Міждисциплінарне керівництво» німецького науковця С. Гунзеля туристичний простір, поряд із політичним, економічним, соціальним, ментальним та іншими просторами аналізуються на предмет репрезентації наслідків «повороту до простору» для соціального і гуманітарного знання. Вітчизняні науковці С. Лішевський, Й. Варшинська, А. Яцковський з'ясовують структуру й типологію туристичного простору, а Красиленко О., Дорошенко Ю. – особливості планування та організації рекреаційно-туристичного простору для активного відпочинку міського населення. Підземний простір як туристичний об'єкт досліджує В. Сурженко. Аналіз туристичних практик «споживання» міського простору на прикладі Львова здійснює Козлова І., а локальну специфіку і перспективи індустріального туризму – Л. Божкова, О. Лисікова, В. Пацюк та ін. Проблеми віртуального простору, що обговорюються з кінця 1970-х рр., та віртуальних туристичних практик розглядалися у роботах: Хаммет Ф., Віліямс А., Хобсон Д., Корсунцева І., Сасман С., Ванхеген Х., Галімберті К., Бухаліс Д., Латипов І., Божкова Л.

Однак у сучасному вітчизняному науковому дискурсі недостатньо уваги приділяється дослідженню «культурних поворотів» як методологічних маркерів сучасних соціокультурних процесів та з'ясуванню їх впливу на туристичну сферу й розробку туристичних практик.

Мета статті – виявити специфіку туристичних практик та особливості їх реалізації в дискурсі таких культурних поворотів ХХ–ХХІ ст. як просторовий і віртуальний.

Вклад основного матеріалу. Перетворення у 1970-ті рр. зрілого модерну на постіндустріальне суспільство спричинили численні наукові дискусії щодо спектру і змісту цих глобальних культурних трансформацій. В цьому контексті наприкінці 80-х американський соціолог Д. Александер уперше вводить до наукового обігу поняття «культурний поворот», а польський соціолог П. Штомка вважає, що парадигмальні повороти є реакцією на два види обставин. Так, перші мають іманентну природу і звернені до інтелектуальних тенденцій: стомленість від чогось, розчарування, і навіть нудьга – похідні від попередніх ідей. Інші фактори пов'язані із зміною характеристик соціального життя, які неможливо в повній мірі описати і пояснити в межах попередніх підходів [16].

«Поворот» у широкому розумінні розглядається як повернення до першооснов чи витоків, їх переосмислення, як філософська рефлексія на соціально-економічні та культурні зміни буття, що започатковується ще в Давній Греції в процесі переходу від міфу до логосу. Що ж до ХХ ст., у культурі якого дослідники виокремлюють чисельні перевороти, то їх початком науковці вважають «онтологічний поворот» у філософії Н. Гартмана і М. Хайдеггера. Крім того, вже у ранніх роботах останнього містяться ідеї майбутнього лінгвістичного повороту, який пов'язують з іменами Л. Вітгенштейна, Р. Рорті та ін.. Саме останній у 60-х рр. минулого століття запропонував термін «лінгвістичний поворот», який, на думку вченого, «охоплює всю філософію ХХ ст., як Хайдеггера, Гадамера, Хабермаса і Дерріда, так і Карнапа, Айера, Остіна і Вітгенштейна» [10; 6].

Американський вчений вважає, що цей поворот розкриває нове розуміння мови як конституюючої умови свідомості, досвіду і пізнання. Дозволяючи «по-новому осмислити відношення між мовою і реальністю», лінгвістичний поворот визначає перехід від мислення про мову до мислення через мову і «в новому ракурсі осмислити проблеми ставлення суб'єкта і об'єкта, видимості і реальності» [10; 18]. І тим самим стає методологічним прецедентом і алгоритмом для дослідження наступних «культурних поворотів», серед яких: просторовий (spatial turn), медіальний (medial turn), візуальний (іконічний, пікторальний), антропологічний, перформативний, прагматичний та ін. [12; 101].

Термін «просторовий поворот» використав американський географ і урбаніст Е. Сойа. Російський філософ В. Савчук звертає увагу на те, що цей концепт акцентує топос, контекст, тілесну складову думки і чуттєвості [11].

«Просторовий поворот», на нашу думку, якщо залишити поза увагою геополітику, основні положення якої розробляються наприкінці ХІХ – поч. ХХ ст., підготовлений концепцією «поетики простору» французького філософа Г. Башляра, представлену у роботі з однойменною назвою і опубліковану у 1957 р. Хоча чимало вчених датують «початок повороту», коли М. Фуко прочитав

лекцію, яка пізніше отримала назву «Інші простори» і опублікована у 1984 р. [14] У ній він стверджував, що на відміну від XIX ст., яке було століттям історії, сучасна епоха буде епохою простору. Однак, важлива теза французького науковця стосується саме Г. Башляра: «Грандіозні праці Башляра, описи феноменологів навчили нас, що ми живемо не в гомогенному і пустому просторі, але, навпроти, в просторі зарядженому якостями...» [15; 191–206]. Це дає підстави розпочати розгляд туристичних практик в оптиці просторового повороту з «поетики простору» і «топоаналізу» Г. Башляра, що, власне і започатковують експансію в гуманітарній і соціальній науках просторових метафор та термінів, серед яких «глобальний простір», «глокалізація», «культурний простір», «геокультурний простір», «глобальне село», «глобальні мережі», «інформаційний простір» і «віртуальний простір», що відкриває перспективу «методологічної інтервенції» географії в культурні дослідження й перетворення місця як географічної території на «культурний топос», як структурний елемент культурного і туристичного простору. Будучи наповненими глибинними смислами, численні «культурні топоси» стають об'єктами туризму як глобального феномену.

Концепція «поетичного простору» важлива для розуміння специфіки туристичних практик у просторовому дискурсі, оскільки філософ осмислює взаємозв'язок фізичного природного простору, свідомості і поезії й описує їх взаємодію [2]. Г. Башляр стверджує, що образи мають просторовий, а не часовий характер і тому їх аналіз називається «поетикою простору» або «топоаналізом», аналізом місць. Образ, фіксуючи безпосереднє переживання суб'єкта, завжди виникає тут і тепер, й застигає в нерухомості: «Саме завдяки простору, в просторі знаходимо прекрасні скам'янілості часу і їх конкретні форми обумовлені тривалим перебуванням в певному місці» [2; 30]. В подібній «скам'янілості часу» застигає культурна та індустріальна спадщини, перетворюючись на об'єкти культурного й індустріального туризму.

У творчій спадщині Г. Башляра багатопланово представлена тема терапевтично-рекреаційних можливостей природи і культури [6]. Важливим для розвитку екологічного туризму й розробки рекреаційних туристичних практик з огляду на зростаючу популярність здорового способу життя, є і твердження Г. Башляра, що людське життя, навіть у своїх найбільших «культурних» проявах, тісно пов'язане з природою і життєвою енергією. Такий рекреаційно-оздоровлюючий потенціал забезпечує культурне та природне розмаїття дестинацій, незвичайність ресурсів, самобутність культури й культурних традицій, креативність і технологічність інфраструктури.

Простір стає предметом наукових зацікавлень французького філософа-неомарксиста А. Лефевра з другої пол. 1960-х років («Право на місто» (1968 р.), «Урбаністична революція» (1970 р.) і «Виробництво простору» (1974 р.). Згідно з теорією філософа простір – це соціальний продукт, який має трискладову конструкцію, відому як так звана «тріада Лефевра»: репрезентації простору, простір репрезентації і безпосередні практики виробництва простору [7]. Це свідчить, з одного боку, про складність цього феномена, а з іншого – дозволяє в залежності від завдань дослідження сконцентруватися на якійсь одній складовій цієї тріади. Для розуміння туристичного простору, осмислення і розробки туристичних практик важливі всі три складові останньої з огляду на їх сутнісний взаємозв'язок, але зупинимося на репрезентації простору.

А. Лефевр вважає, що репрезентації простору визначаються виробничими відносинами і тим порядком, який вони формують, а кодифікуються, репрезентуються професіоналами-архітекторами, урбаністами, географами, інженерами, науковцями, політиками. Такими є й працівники сфери туризму, які за допомогою образної мови знаків і символів розробляють туристичні практики, а споживачі туристичних послуг, у свою чергу, розпредмечують ці коди і репрезентація здійснюється вже шляхом сприйняття туристами цих знаків і символів. Крім того, працівники сфери туризму розробляють і туристичну ідеологію у розумінні туристичної політики галузі, компанії, бізнес-структури.

В «Інших просторах», про які мова йшла вище, французький філософ М. Фуко використовує гетеротопію як новий концепт для аналізу простору, що обумовлює розвиток проблематики й інтерпретацій. Е. Соїя, американський географ і урбаніст, розробляє концепцію «гетеротопології» [17].

Згідно з М. Фуко, гетеротопії – це «...місцеположення, що є немов би просторами, які перебувають у зв'язку з усіма іншими і, проте такі, що суперечать усім іншим місцеположенням» [15; 195]. Мислитель сформулював основні принципи гетеротопії, які виявляються в туристичному просторі. М. Фуко також розглядає і типи гетеротопій, їх соціально-культурні характеристики як «інших просторів»: гетеротопії кризи, гетеротопії ініціації, гетеротопії карнавалу, а згодом – притулку. Філософ зазначає, що порівняно недавно з'явився абсолютно новий тип гетеротопій, який придумали для проведення відпусток жителями міст у полінезійських селах протягом трьох тижнів «в умовах первісного існування» [15; 201–202]. І хоча Фуко не називає цей новий тип туристичною гетеротопією, але її опис відповідає екзотичному туризму, різні програми і практики якого

пропонуються сучасним споживачам туристичних послуг. Ці останні дозволяють туристу бути присутнім в іншому часі й іншому сповільненому його перебігу.

Туристична гетеротопія з позиції фуколдіанського підходу постає як особливий туристичний простір, «інше місце» (топос), що увібрало у себе різні соціокультурні включення (просторові, часові, символічні), характеризується гетерохронністю, поліфункціональністю, відкритістю й закритістю, реальними та ілюзорними вимірами. Одна з таких гетеротопій – кладовища, які є об'єктами сучасного меморіального (memorial) і цвинтарного (grave grief tourism) видів туризму. Особливості кладовища як гетеротопії, де виявляється вбудованість однієї культури в тіло іншої, своєрідний симбіоз яких дозволяє їм співіснувати і одночасно конкурувати, описує М. Фуко [15; 198–199]. На кладовищі поруч спочивають люди, що жили в різні епохи, і ця біографічна «гетерохронність», спроектована на обмежену площу кладовища, створює специфічну темпоральну асиметрію цвинтарного простору як туристичної гетеротопії.

М. Фуко вважає, що «роль гетеротопії полягає в тому, щоб створити ілюзорний простір» [15; 203]. Прикладом подібного простору можуть бути креативні туристські гетеротопії індустріального туризму у різних своїх формах і проявах, що виникають на теренах кризи індустріального, модерного суспільства в останній чверті минулого століття. Втрата індустріальним виробництвом провідної ролі спричинила деіндустріалізацію міст і появу занедбаних промислових площ. У цьому контексті постала необхідність розробки стратегії «відродження» індустріальних міст у США та Західній Європі, починаючи з Великобританії. Ця стратегія у Британії фактично реалізовувалася у руслі концепції А. Лефевра – перетворення міст на принципі партнерства влади, бізнесу і місцевої громади у центри прийняття рішень і як наслідок – припинення «розкрадання повсякденності». Найбільш важливим результатом чого стала активна діяльність міської спільноти, розуміння необхідності працювати з іміджем території, що сприяло розробці чисельних культурних і розважальних проєктів, а також різних туристичних практик. Стратегія «розвитку «старопромислових міст» перетворила ці останні на туристичні гетеротопії, об'єкти індустріального туризму. Прикладом ефективної практичної реалізації цієї стратегії є Манчестер, в минулому – провідний індустріальний центр, осередок бавовняної промисловості. Так, Парк міської спадщини Кастефілд (Castlefield Urban Heritage Park) у 80-х роках минулого століття був визнаний першим у країні Парком муніципального спадщини і став однією з основних туристичних дестинацій.

Оскільки сутнісна особливість гетеротопії як багатощарового простору полягає у наявності в одному локусі кількох просторів, то Кастлефілд – старовинний район Манчестера у центральній частині міста є репрезентантом туристичної гетеротопії, об'єктом різних туристичних практик. Перший локус – давнє кельтське поселення Мансеніон, територію якого обрали давні римляни у 79 р. н.е., змінивши назву на Манкуніум, для дислокації свого військового флоту. З цього форту фактично розпочалася історія Манчестера. Фламандські ткачі, іммігрувавши до Англії у XIV ст., визначили його подальшу долю і наступний локус гетеротопії. Так, місто в процесі промислової революції перетворюється на потужний індустріальний центр виробництва і торгівлі. У XVIII–XIX ст. місто переживало будівельний бум, активно зводилися промислові фабрики. У 1830 р. побудований вокзал першої пасажирської залізниці, а також великий залізничний склад [13]. У результаті стратегії «відродження міст» утворюється потужна за своїм потенціалом туристична гетеротопія. В будівлях заводів розміщуються музеї, галереї, бари, клуби, демонструються нові колекції відомих дизайнерів моди, проводяться рок-концерти, танцювальні та інші шоу-програми, які відвідують і туристи.

Ще один тип індустріальної туристичної гетеротопії дозволяє створити реструктуризація власне виробничого процесу у поєднанні з будівництвом ультрасучасних підприємств. Прикладом може бути новий футуристичний завод BMW у Лейпцигу, побудований як «дизайнерський» промисловий об'єкт, відкритий для туристів, а також «Скляна мануфактура» компанії Volkswagen, яку відвідують, як й інші локалі цієї гетеротопії, чисельні потоки туристів.

Різні індустріальні туристичні практики знайомлять туристів з індустріальною спадщиною, задовольняють їх потреби у дослідженні інженерних споруд виробничого чи спеціального призначення, освоєнні занедбаних промислових територій задля отримання психологічного, естетичного задоволення в межах «urban exploration» (різновиду туристичної практики, поширеної серед молоді як молодіжної субкультури).

Практики індустріального туризму, поєднуючи виробничий, розважальний і туристичний простір відкривають перспективи подальшого розвитку гетеротопічних туристичних просторів. Так, на території колишньої пивоварної компанії «Хейнекен Інтернейшнл» в Амстердамі, закритої у 1988 р., розміщений інтерактивний музей Heineken Experience, що став однією з головних туристичних дестинацій Амстердаму. Ще одним успішним «прикладом виробництва» гетеротопічного туристичного

простору є проєкт Guinness Storehouse у Дубліні (Ірландія), удостоєний премією World Travel Awards як «Краща пам'ятка Європи 2015 р.».

Промислові регіони нашої країни мають потужний потенціал для створення індустриальних туристичних гетеротопій. Так індустриальна спадщина Кривого Рогу, як доводить вітчизняна дослідниця В. Пацюк, має велику ресурсну базу, представлену залишками (понад 800) виробничих об'єктів, залізниць, гідротехнічних споруд, мостів, фрагменти древніх гірничопромислових ландшафтів, робітничих селищ та кладовищ [9].

В Україні унікальною гетеротопією є відчужена територія Чорнобильської зони, частина простору якої використовується як туристичний об'єкт, що користується великою популярністю серед іноземних туристів.

У межах просторового повороту актуалізується дослідження геокультурного простору, що являє особливий інтерес для нашого дослідження. Поняття геокультура в межах світ-системного аналізу використовує американський філософ І. Валлерстайн, а російський вчений Д. Замятін при розробці концепції метагеографії вводить поняття геокультурного простору. Він дає наступне визначення останнього: «Геокультурний простір – система стійких культурних реалій і уявлень на певній території, що формуються в результаті співіснування, переплетення, взаємодії, зіткнення різних віросповідань, культурних традицій і норм, ціннісних установок, глибинних психологічних структур сприйняття і функціонування картин світу» [4].

Осмилення «просторового повороту» в культурі не є повним без дослідження віртуального простору, що «поглинає» сучасність і обумовлює появу нових поворотів у культурі. У перекладі з англійської мови «Virtual reality» – це штучна реальність, уявний світ, створений технічними засобами, здатний «поглинати» людину, всі органи її відчуттів.

Інтернет, соціальні мережі, віртуальні бібліотеки, ігрові портали створюють світ віртуальної гіперреальності і є прикладами сучасних медіагетеротопій. Ці останні, згідно з М. Фуко, характеризуються наявністю в реальному просторі віртуального як іншого, що функціонує за своїми законами і принципами, об'єднанням віртуального, реального просторів й доповненої реальності, багатовимірністю, гібридністю, гіпертекстуальністю, нелінійністю, відкритістю.

Віртуалізація, як основний тренд сучасності, позначилася як на житті окремої людини, так і на всіх сферах суспільної діяльності, в т.ч. й туризмі, обумовивши появу віртуального туризму. Цей новий вид туризму передбачає заміщення реального туристичного продукту віртуальним – захоплюючими віртуальними подорожами світом віртуальної гіперреальної гетеротопії. Віртуальний туризм робить доступними для всіх користувачів Інтернету без суттєвих додаткових витрат будь-які об'єкти цієї віртуальної гетеротопії і тим самим відкриває унікальні туристичні перспективи, особливо для людей з інклюзивними потребами. Можливість реалізувати свої мрії, не виходячи за межі власного будинку, дає підстави визначити таких мандрівників як віртуальних туристичних номадів.

Висновки. Просторовий поворот дозволив розширити предметне поле дослідження феномену туризму й туристичних практик, включивши в це поле низку таких проблем, як туристичні гетеротопії, віртуальні туристичні гетеротопії, збагатив понятійно-категоріальний апарат їх осмилення, заклав підґрунтя для формування складної, відкритої, гетерогенної й спеціалізованої концептосфери туризму, до смислового ядра якої входять поняття туристичний простір, культурний ландшафт, культурний топос, туристичні гетеротопії, віртуальні туристичні гетеротопії, геокультура і геокультурний простір та ін. Що, в свою чергу, дозволяє розширити типи туристичних практик, адаптувати їх до потреб споживачів туристичних послуг, перетворити сучасний туризм на «вражаюче виробництво» (А. Лефевр), із «поетичним простором» (Г. Башляр) та чисельними реальними, віртуальними й ілюзорно-фантастичними туристичними гетеротопіями (М. Фуко).

Задовольнити туристам свої екзистенціальні потреби та інтереси дозволяє й симбіоз промисловості і туризму шляхом інтенсивного занурення у світ індустриальних ландшафтів, індустриальної архітектури, відвідування як функціонуючих, так і непрацюючих виробничих підприємств. Подібний симбіоз являє, з одного боку, маркетинговий хід для промисловості, а з іншого, креативний підхід до створення, «іншого» гетеротопного туристичного простору.

З огляду на те, що концепт «гетеротопія» відрізняється широким діапазоном інтерпретацій і розуміється та використовується різними науковцями, виходячи з їх методологічних установок і розв'язуваних теоретичних проблем, потребує подальшої розробки поняття туристична гетеротопія. Що, в свою чергу, дозволить розглянути туристичні практики в новому ракурсі й сприятиме зближенню теоретичної і прикладної складової культурологічних досліджень у контексті нових «культурних поворотів». Одним з яких, на нашу думку, є імерсивний поворот.

Список використаної літератури

1. Бахманн-Медик Д. Культурные повороты: Новые ориентиры в науках о культуре / пер. с нем. С. Ташкенова. М. : Новое литературное обозрение, 2017. 504 с.
2. Башляр Г. Избранное. Поэтика пространства / пер. с франц. М. : РОССПЭН, 2004. 376 с.
3. Божко Л. Д. Віртуальний туризм: нові віяння часу [Електронний ресурс] / *Культура України*. 2015. Вип. 49. Режим доступа: www.ic.ac.kharkov.ua/nauk_rob/nauk_vid/rio_old_2017/ku/kultura49/16.pdf
4. Замятин Д. Н. Культура и пространство. Моделирование географических образов. М. : Знак. 488 с.
5. Корсунцев И. Г. Философия виртуальной реальности. *Виртуальная реальность : философские и психологические аспекты*. М., 1997.
6. Культура как терапия: метафизика воображения Г. Башляра Кириленко Е. И. *Бюллетень сибирской медицины*. № 1, 2004. С. 83–91.
7. Лефевр А. Производство пространства / Пер. с фр. И. Стаф. М. : Strelka Press, 2015. 432 с.
8. Латыпов И. А. О некоторых философских аспектах формирования субкультуры виртуального туризма: его новая история или только «story»? [Электронный ресурс]. *Современные проблемы науки и образования*. 2014. № 2. Режим доступа: www.science-education.ru/116-12333. Загл. с экрана.
9. Пацюк В. С. Індустріальний туризм як інструмент формування туристичної привабливості промислових регіонів (на прикладі Кривого Рогу). *Економічна та соціальна географія*. 2014. Вип. 2 (70). С. 231–234.
10. Рорти Р. Аналитическая и трансформативная философия. *Философский журнал*, 2018. Т. 11. № 3. С. 5–19.
11. Савчук В. В. Проективный философский словарь. *Философские науки*. 2010, № 7. С. 14.
12. Савчук В. В. Феномен поворота в культуре XX века. *Международный журнал исследований культуры*. 2013. № 1 (10). С. 93–108.
13. Стратегии развития старопромышленных городов: международный опыт и перспективы в России / И. Стародубровская [и др.]; под ред. И. Стародубровской. М. : Изд-во Ин-та Гайдара, 2011. 248 с.
14. Трубина Е. Г. Поворот к пространству: Междисциплинарное движение и сложности его популяризации. *Политическая концептология*. 2011. № 4. С. 34–49.
15. Фуко М. Интеллектуалы и власть: Избранные политические статьи, выступления и интервью / Пер. с франц. Б. М. Скуратова под общ. ред. В. П. Большакова. М. : Праксис, 2006. Ч. 3. 320 с.
16. Штомпка П. В фокусе внимания повседневная жизнь. Новый поворот в социологии. *Социол. исслед.* 2009. № 8. С. 7–9.
17. Thirdspace: journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places. Ed. E. Soja. Blackwell, 1996.

References

1. Bahmann-Medik D. Kulturnye povoroty: Novyye orientiry v naukah o kulture / per. s nem. S. Tashkenova. M. : Novoe literaturnoe obozrenie, 2017. 504 s.
2. Bashlyar G. Izbrannoe. Poetika prostranstva / per. s frants. M. : ROSSPEN, 2004. 376 s.
3. Bozhko L. D. Virtualniy turizm: novI vIyannya chasu. [Elektronniy resurs]. *Kultura Ukraini*. 2015. Vyp. 49. Rezhim dostupa: www.ic.ac.kharkov.ua/nauk_rob/nauk_vid/rio_old_2017/ku/kultura49/16.pdf
4. Zamyatin D. N. (2006) Kultura i prostranstvo. Modelirovanie geograficheskikh obrazov. M. : Znak. 488 s.
5. Korsuntsev I. G. Filosofiya virtualnoy realnosti. *Virtualnaya realnost : filosofskie i psihologicheskie aspektyi*. M., 1997.
6. Kultura kak terapiya: metafizika voobrazheniya G. Bashlyara. Kirilenko E. I. *Byulleten sibirskoy meditsinyi*. № 1, 2004. S. 83–91.
7. Lefevr A. Proizvodstvo prostranstva / Per. s fr. I. Staf. M. : Strelka Press, 2015. 432 s.
8. Latiypov I. A. O nekotorykh filosofskikh aspektah formirovaniya subkulturyi virtualnogo turizma: ego novaya istoriya ili tolko «story»? [Elektronniy resurs]. *Sovremennyye problemy nauki i obrazovaniya*. 2014. № 2. Rezhim dostupa: www.science-education.ru/116-12333. Zagl. s ekrana.
9. Patsyuk V. S. IndustrIalnyi turizm yak Instrument formuvannya turistichnoYi privablivostI promisloviy regionIv (na prikladI Krivogo Rogu) *EkonomIchna ta sotsIalna geografIya*. 2014. Vyp. 2 (70). S. 231–234.
10. Rorti R. Analiticheskaya i transformativnaya filosofiya. *Filosofskiy zhurnal*. 2018. T. 11. № 3. S. 5–19.
11. Savchuk V. V. Proektivniy filosofskiy slovar. *Filosofskie nauki*. 2010. № 7. S. 14.
12. Savchuk V. V. Fenomen povorota v kulture XX veka. *Mezhdunarodniy zhurnal issledovaniy kulturyi*. 2013. № 1 (10). S. 93–108.
13. Strategii razvitiya staropromyishlennykh gorodov: mezhdunarodniy opyt i perspektivy v Rossii / I. Starodubrovskaya [i dr.]; pod red. I. Starodubrovskoy. M. : Izd-vo Instituta Gaydara, 2011. 248 s.
14. Trubina E. G. Povорот k prostranstvu: Mezhdistsiplinarnoe dvizhenie i slozhnosti ego populyarizatsii. *Politicheskaya kontseptologiya*. 2011. № 4. S. 34–49.
15. Fuko M. Intellektualyi i vlast: Izbrannyye politicheskie stati, vyistupleniya i intervyyu / Per. s frants. B. M. Skuratova pod obschey red. V. P. Bolshakova. M. : Praksis, 2006. Ch. 3. 320 s.
16. Shtompka P. V fokuse vnimaniya povsednevnyaya zhizn. Novyyi povorot v sotsiologii. *Sotsiol. issled.* 2009. № 8. S. 7–9.
17. Thirdspace: journeys to Los Angeles and other real-and-imagined places. Ed. E. Soja. Blackwell, 1996.

ТУРИСТИЧЕСКИЕ ПРАКТИКИ В МОДУСЕ КУЛЬТУРНЫХ ПОВОРОТОВ

Адамовская Марианна – заведующая цикловой комиссией «Туристическое обслуживание», Коммунальное высшее учебное заведение Киевского областного совета «Академия искусств», г. Киев

Цель исследования – выявить специфику туристских практик и особенности их реализации в дискурсе таких культурных поворотов XX–XXI вв. как пространственный и виртуальный. Научная новизна исследования состоит в выявлении влияния «культурных поворотов» на туризм и развитие туристических практик. Пространственный поворот позволил расширить предметное поле исследования феномена туризма и туристских практик, включив в это поле такие проблемы, как туристические гетеротопии, виртуальные туристические гетеротопии и обогатил понятийно-категориальный аппарат их осмысления, заложил основу для формирования сложной, открытой, гетерогенной и специализированной концептосферы туризма.

Ключевые слова: туристические практики, культурные повороты, пространственный поворот, виртуальный поворот, иммерсивный поворот, туристическое пространство, туристическая гетеротопия.

UDC 304.4:338.48:004.77

TOURIST PRACTICES IN THE MODUS OF THE CULTURAL TURNS

Adamovska Marianna – the applicant, Head of the «Tourist services» Department, Communal Higher Educational Institution of the Kiev Oblast Rada «Academy of Arts», Kyiv

The purpose of the research is to analyse the specifics tourist practices and peculiarities of their implementation in the discourse of spatial and virtual cultural turns of the XX - XXI centuries.

The methodology of the research is based on the interdisciplinary approach, which contributes to the cooperation between the theoretical and applied components of cultural studies. It is very important for the researching the tourist practices in the context of the complicated sociocultural transformations and the world recreational industry.

The scientific novelty of the research is an attempt to find out the influence of «cultural turns» on the tourism and the development of various tourist practices.

Conclusions. The spatial turn has allowed to expand the research objects of the phenomenon of the tourism and tourist practices and included a number of such problems as tourist heterotopy, virtual tourist heterotopy. In addition, it has enriched the conceptual-categorical apparatus of their understanding and formed the basis of the complex open heterogeneous and specialized tourism concept-sphere.

Key words: tourism, tourist practices, cultural turns, spatial turn, virtual turn, immersion turn, tourist space, tourist heterotopy.

Надійшла до редакції 5.09.2018 р.

УДК 008:379.8

**РЕКРЕАЦІЙНО-ДОЗВІЛЛЄВІ ПРАКТИКИ В КОНТЕКСТІ
СТАНОВЛЕННЯ ІНДУСТРІЇ «4.0»**

Шибєр Оксана Олександрівна – методист наукового відділу, Київський національний університет культури і мистецтв, Київ
doi.org/10.35619/ucpmk.vi27.63
askim_oxana@ukr.net

Розглядаються глобалізаційні процеси, що спричиняють кардинальні зміни у всіх сферах суспільного життя, зокрема просторі дозвілля й рекреації. Розкривається сутність рекреаційно-дозвіллевих практик у дискурсі становлення індустрії «4.0», аналізується здатність досягнення рекреаційного ефекту засобами сучасних івентів, обґрунтовується необхідність активної взаємодії рекреаційно-дозвіллевих практик з технологіями індустрії «4.0» із метою успішного функціонування рекреаційно-дозвіллевої сфери. Увага приділяється питанням віртуалізації праці та дозвіллевого простору, акцентується на їх взаємопроникненню на сучасному етапі розвитку суспільства. Виявляються інноваційні тенденції й подієва складова практичної реалізації рекреаційно-дозвіллевих практик.

Ключові слова: рекреаційно-дозвіллеві практики, індустрія «4.0», віртуалізація праці, івент-технології, подієва складова практик дозвілля і рекреації.

Постановка проблеми. Інтенсивність процесів глобалізації, обумовлена експансією інформаційно-комунікативних технологій в усі сфери суспільного життя, породжує нові виклики та загрози, пов'язані з природою людини і екзистенціалами її буття.