УДК 796.5 : 304 : 159.9

НАРАТИВ ЛЮДСЬКОЇ ПОДОРОЖІ ТА КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ТУРИЗМУ: ВІД БІБЛІЙНИХ МОТИВІВ ДО СУЧАСНОГО ПОСТТУРИЗМУ

Хаїнська О.А. , доктор культурології, професор
Ключові слова: біблійний мотив, наратив, подорож, культурний феномен, інтерпретація, посттуризм.

В сучасному дискурсі туризм дедалі частіше розглядається не лише як соціально-економічна діяльність або форма дозвілля, а як складний культурний феномен, що відображає фундаментальні моделі взаємодії людини зі світом. У цьому контексті особливо продуктивним є підхід, який інтерпретує туризм крізь призму наративу людської подорожі — універсальної культурної моделі, що супроводжує людство від найдавніших часів. Мотив подорожі є одним із найстійкіших архетипів світової культури. У міфології, релігійних традиціях, літературі та мистецтві він постає як форма символічного переходу, пошуку знання, духовного випробування або трансформації особистості. У культурологічному вимірі подорож функціонує як наративна структура, що організовує досвід людини у просторі та часі, формуючи певні смислові горизонти взаємодії з «іншим» — культурою, місцем, історією. Туристична подорож стає не лише фізичним рухом, а й процесом символічного «прочитання» ландшафтів, культурних текстів і соціальних практик. Таким чином, турист виступає своєрідним інтерпретатором культурного простору, який включає побачене у власний життєвий наратив.

Туризм є сучасною формою оповіді про мандрівку, яку людина протягом тисячоліть своєї історії досліджувала в різноманітних варіаціях. Одним із доцільних методів дослідження туризму як культурного феномена є розуміння його як універсального наративу про людську мандрівку. Приклади чого бачимо у текстах Старого Завіту, зокрема в оповідях про покликання до місії Авраама і пророка Іллі через наказ відправитися у подорож як метафору духовного укріплення та відновлення до нового життя, вільного від слабкості й гріха, а також в образності послань апостола Павла, в яких використано порівняння життя з бігом, спортивними змаганнями. Турист слідує "персональному міфу "марафонця", або "гопліта-віщуна", як того, хто приносить добру новину після випробувань шляхом і проходить своєрідну ініціацію (із залученням свідомості й підсвідомості). У складній історії пророка Іллі перед завершальним його служінням, перед яким він дуже злякався переслідувань, переховувався у горах, навіть прохав у Бога смерті, читаємо: "І він устав, і попоїв та напився. І він ішов, підкріплений тією

їжею, сорок день та сорок ночей аж до Божої гори Хорив" (1 Царів 19:8). У християнській традиції добре відомо, що саме стільки днів та ночей постив Ісус Христос у пустелі, це число сорок не є випадковим, як знаємо із семіотики цифр у Святому Письмі: "Подорож Іллі зайняла вдвічі більше часу, ніж повинно було. Відповідно, цей проміжок часу не тільки мав символічне значення, але і вказував на буквальний час. Подібно до того, як ізраїльський народ переживав сильний духовний упадок і тому скитався сорок років пустелею (Чис. 14:26–35), так і пригнічений Ілля повинен був провести сорок днів у пустелі. Як Мойсей провів сорок днів на горі без хліба та води, отримуючи підкріплення тільки від Бога, оскільки він очікував нового етапу в служінні (Вих. 34:28), так й Ілля повинен був провести сорок днів, отримуючи Боже підкріплення, оскільки готувався отримати нове доручення від Господа" [див.: 1, 506]. Додамо, що гора Хорив по-іншому називається Синай (на території сучасного Єгипту), де розташований один із найдавніших постійно діючих християнських монастирів – Святої Катерини, – що протягом століть є одним із головних туристичних об’єктів у світі: його відвідували і коронованні особи, і святі, і видатні діячі культури, і мільйони звичайних туристів та паломників. Саме тут, як вважається, досі росте Неопалима купина, розташована криниця Мойсея, зберігаються мощі святої Катерини, а обитель є хранительницею однієї з найбагатших колекцій давніх рукописів та ікон. Захопливий опис цієї обителі знаходимо в популярному у XVIII–XIX століттях творі "Мандри по Святих Місцях Сходу з 1723 по 1747 рік" українського мандрівника та письменника Василя Григоровича-Барського (1701–1747). Українська художниця і сценограф Марія Левитська перебувала на Синаї спеціально у пошуках особливого натхнення, внаслідок чого створила окремий цикл картин, а також використала ідеї світлотіней цих загадкових гір у декораціях опери М. Скорика "Мойсей". Вона назвала цей монастир "Земля, де літає Бог" [2, 181]. У такому значеннєвому контексті зрозумілою стає певна "нераціональність" у використанні часу для подорожей. Погоджуємося з думкою, що "персональний міф (особистий, приватний, власний) – це просто історія, яка твориться (яка творить) протягом життя людини і становить основоположний елемент його психобіографії. Іншими словами, це – лейтмотив, через який досконало пов’язується несвідомість особистості та який веде прямо до її джерел.

Британський соціолог Джон Річард Уррі (1946–2016), що займався питаннями соціології туризму та сучасної мобільності, акцентує на тому, що у сучасному світі подорожі є одними з найважливіших частин людського життя. Вчений запропонував поняття «посттуризму», на відміну від традиційного «масового туризму». Ось як він розкриває своє розуміння цих явищ: посттурист «не мусить залишати своє помешкання, щоб побачити численні туристичні об’єкти. Особливо завдяки телебаченню і відео все можна зараз побачити, запам’ятати, порівняти і контекстуалізувати» [3, 37]. Звісно, що тут варто додати мережу інтернет

як джерело пізнання світу без необхідності виходити з дому, просто необхідний доступ до світової мережі. В Україні останні роки одними з найпопулярніших передач на телеканалах та відеохостингах є конкретно ті, які стосуються подорожей. Дж. Р. Уррі ще у 1980-х роках, коли не був поширений інтернет, вважав, що посттурист бере участь у «грі туризму»: «посттурист – це особа, яка знає, що є туристом, що це гра, а швидше, навіть ціла серія ігор з різноманітними текстами, позбавлена одного – автентичного туристичного досвіду. Посттурист знає, що буде змушений знову стати в черзі, що знову треба буде поміняти гроші, що кольоровий буклет – це продукт попкультури, що "автентичне" місцеве оточення так само соціально заплановане як і "народний" бар, а також мальовниче "рибацьке село" не вижили б без прибутку з туризму» [4, 38].

Сучасна людина, на відміну від наших попередніх поколінь, менше прив'язана до свого світу, її горизонти виходять у глобальний простір раніше просто недосяжним куточків світу й екзотичних культур і традицій. Феномен мандрів у нашому розумінні належить до традиції (в розумінні психології культури) як «вертикального виміру культури (культура in potentia); змістів культури, сконденсованих у певній символіці (міфи, релігія, мова, міжпоколінні національні й сімейні взірці) та розпізнаваних як наповнена сенсом цілісність, що виходить поза окреслений час епохи чи покоління (транцендентна функція культури), а також місце (дифузія традиції, традиція в діаспорі)» [10, 178–179]. Такий аналіз сутності туризму сприяє глибшому розумінню його природи і великої популярності у сучасній культурі не лише як способу релаксу й відпочинку, але і як внутрішньої екзистенційної потреби.

Аналіз туризму крізь призму наративу людської подорожі дозволяє розглядати його як складний культурний феномен, що виходить за межі суто соціально-економічної чи рекреаційної діяльності. Подорож, як архетипний мотив світової культури, виступає універсальною структурою, через яку людина організовує власний досвід у просторі та часі, інтерпретує зустрічі з «іншим» — культурою, місцем, історією, та конструює особистий наратив існування. Вивчення біблійних сюжетів, зокрема історії Авраама, пророка Іллі та апостола Павла, демонструє, що мотив подорожі завжди був носієм духовного змісту, випробування та трансформації. Отже, туризм у культурологічному розумінні постає як універсальний наратив людської подорожі: він поєднує фізичний, символічний та психологічний виміри, забезпечує передачу культурних смислів крізь покоління та задовольняє фундаментальні екзистенційні потреби людини. Це дозволяє розглядати туризм не лише як форму дозвілля, але і як значущий елемент культурної ідентичності та внутрішнього розвитку особистості.

Список використаних джерел

1. Urry J. Cultural Change and Contemporary Holiday-Making / J.Urry // Theory, Culture and Society. – 1988. – № 5 (1). – PP. 35–55.
2. Smith, Gary V. *The New Testament in Its World: An Introduction to the History, Literature, and Theology of the First Christians.* Grand Rapids, MI: Baker Academic, 2020.
3. Urry, J. The tourist gaze: leisure and travel in contemporary societies / J.Urry. – London : Sage Publica tions Ltd., 1990. – 180 pp.
4. Urry J. Cultural Change and Contemporary Holiday-Making // Theory, Culture and Society. 1988. № 5 (1). P. 35–55.
5. Dudek Z. W., Pankalla A. Psychologia kultury. Doświadczenia graniczne i transkulturowe. Warszawa : ENETEIA, 2005. 364 s.
6. Calvin, J. *Commentaries on the First Book of Moses Called Genesis.* Trans. John King. Grand Rapids, MI: Baker Book House, 2003.
7. Левитська М.С. Музи і музика мого театру / М.С. Левитська. – К. : Либідь, 2016. – 240 с.
8. MacArthur J. F. *The MacArthur Study Bible: New King James Version.* Nashville : Thomas Nelson, 1997. 2240 p.
9. *Святе Письмо Старого та Нового Завіту.* Повний переклад, здійснений за оригінальними єврейськими, арамійськими та грецькими текстами. Український переклад. Київ : United Bible Societies / Українське Біблійне Товариство, 1991. 1494 с.

ІННОВАЦІЙНІ СТРАТЕГІЇ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО БІЗНЕСУ В УМОВАХ ТРАНСФОРМАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО РИНКУ УКРАЇНИ

Хаїнська О.А., доктор культурології, професор
Андреєва М.О., здобувач вищої освіти
Київський національний університет технологій та дизайну

Ключові слова: готельний бізнес, інновації, маркетингові стратегії, цифровізація, конкурентоспроможність, управління.

Сучасний етап розвитку готельного бізнесу України характеризується глибокими трансформаційними процесами, зумовленими економічними, соціальними та політичними чинниками. Воєнний стан, зміна географії туристичних потоків, скорочення міжнародного туризму та зростання ролі внутрішнього ринку формують нову модель функціонування індустрії гостинності. Підприємства змушені переглядати підходи до управління, маркетингу та сервісу, впроваджуючи інноваційні стратегії розвитку.

Одним із ключових напрямів трансформації є цифровізація готельної діяльності. Сучасні готелі активно використовують автоматизовані