

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Сумський державний університет
Факультет іноземної філології та соціальних комунікацій
Кафедра психології, політології та соціокультурних технологій

«До захисту допущено»
Завідувач кафедри

(підпис)

(прізвище та ініціали)

« ____ » _____ 2023 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня бакалавр

зі спеціальності 028 Менеджмент соціокультурної діяльності, освітньо-професійної програми «Менеджмент соціокультурної діяльності» на тему: Ленд-арт як інструмент популяризації туристичної індустрії

Здобувачки групи КД-91 Луговської Єлизавети Євгенівни

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ Єлизавета ЛУГОВСЬКА

(підпис)

(ім'я та прізвище здобувача)

Керівник кандидат філософських наук, доцент
Андрій СИНАХ _____

(підпис)

Суми – 2023

Реферат

Тема дослідження: Ленд-арт як інструмент популяризації туристичної індустрії

Автор дипломної роботи: Луговська Єлизавета Євгенівна, студентка 4-го курсу, група КД-91.

Мета дипломної роботи: дослідити інструменти популяризації ленд-арту в туристичній індустрії.

Завдання дипломної роботи: дослідити сучасний стан, виклики та тенденції туристичної індустрії; описати головні аспекти виникнення ленд-арту; дослідити, як ленд-арт пов'язаний з туристичною індустрією; визначити маркетингові інструменти популяризації ленд-арту; визначити особливості та складові ленд-арту, що допомагають популяризації туристичної індустрії.

Об'єкт дипломної роботи: ленд-арт в туристичній індустрії, його інструменти та популяризація.

У відповідності до мети, поставлених завдань, об'єкту та предмету дослідження, найбільш вдалим буде використання та поєднання таких методів: типологізації, історизму, системного, структурно-функціонального, генетичного, соціокультурного аналізу та синтезу.

Структура й обсяг дипломної роботи: Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків до кожного з них, загальних висновків, списку використаних джерел(14 найменувань) та додатків. Загальний обсяг роботи становить 49 сторінок (основний текст 40 сторінок). Робота містить 11 зображень.

Ключові слова: ленд-арт, арт-туризм, популяризація, туризм, туристична індустрія

Зміст

Вступ.....	4
Розділ 1. Теоретико-методологічні основи ленд-арту як інструменту популяризації туристичної індустрії.....	6
1.1 Поняття ленд-арту та головні аспекти його виникнення.....	6
1.2 Сучасний стан, виклики, тенденції туристичної індустрії та роль ленд-арту в туризмі.....	11
1.3 Огляд світових та вітчизняних прикладів успішної імплементації ленд-арту в туристичну індустрію.....	16
1.4 Феномен популяризації, її роль в просуванні культурного продукту.....	21
Висновки до 1-го розділу.....	24
Розділ 2. Роль ленд-арту у популяризації туристичної індустрії.....	26
2.1 Основні проблеми світової туристичної індустрії	26
2.2 Основні перспективи популяризації туристичної індустрії через інструменти ленд-арту.....	30
2.3 Імплементація маркетингових інструментів популяризації ленд-арту.....	34
Висновки до 2-го розділу.....	39
Висновок.....	40
Список використаних джерел.....	42
Додатки.....	44

ВСТУП

Актуальність теми. Мистецтво являє собою головну умову розвитку туризму. Більшість людей, які вирушають у подорож прагнуть відпочити, розслабитися, відновити сили на природі; розважитися, навчитися чому-небудь, зміцнити здоров'я, маючи для цього фінансові можливості; вразити уяву чим-небудь екзотичним, наприклад, унікальними особливостями етнографічної культури населення і специфікою природи певної країни; насолодитись прекрасним, розширити кругозір, підвищити культурний рівень, долучившись до даної художньої культури і в першу чергу до мистецтва.

Мистецтво в туристичній індустрії можна описати як арт-туризм. *Арт-туризм* - реалізує потенціал людини через творчість, коли, знайомлячись з історичними і етнографічними джерелами, всі учасники відвідують найцікавіші, з точки зору живопису і історії, місця, працюють там на пленері, а на основі створених робіт там само проводять пересувні виставки, організовують майстер — класи з учнями місцевих шкіл, створюючи роботи, які часто експонуються на міжнародних виставках.

Ця тема є актуальною тому, що ленд-арт це мистецтво, а мистецтво як було з'ясовано вище це тісно пов'язано з туристичною індустрією. Люди подорожують не тільки щоб відпочити, а й щоб розважитись, подивитись на культуру відвіданих ними місць. Ленд-арт це те мистецтво яке поєднане з природою. Для людей які подорожують, хочуть відпочити та просто насолодитись відпочинком арт-туризм являє собою головний інструмент. Таким чином туристи можуть відпочити і задовольнити свої духовні потреби.

Об'єкт дипломної роботи – арт-туризм як складова індустрії дозвілля.

Предмет дипломної роботи – ленд-арт як інструмент популяризації туристичної індустрії.

Завдання дипломної роботи:

- дослідити сучасний стан, виклики та тенденції туристичної індустрії;
- описати головні аспекти виникнення ленд-арту;
- дослідити, як ленд-арт пов'язаний з туристичною індустрією;
- визначити маркетингові інструменти популяризації ленд-арту;
- визначити особливості та складові ленд-арту, що допомагають популяризації туристичної індустрії.

Мета дипломної роботи – дослідити інструменти ленд-арту в аспекті культурного розвитку туристичної індустрії.

Методи дослідження. У відповідності до мети, поставлених завдань, об'єкту та предмету дослідження, найбільш вдалим буде використання та поєднання таких методів: типологізації, історизму, системного, структурно-функціонального, генетичного, соціокультурного аналізу та синтезу.

Розділ 1. Теоретико-методологічні основи ленд-арту як інструменту популяризації туристичної індустрії

1.1 Поняття ленд-арту та головні аспекти його виникнення

Ленд-арт (від англ. land art – земляне мистецтво, мистецтво землі) – напрям у мистецтві, де у якості матеріалів використовують природні об'єкти.[1] Це форма сучасного мистецтва, яка використовує природні матеріали та елементи природного середовища, щоб створити тимчасові або постійні твори мистецтва в природному оточенні.

Відомий український ленд-арт митець Сергій Якунін описав виникнення течії ленд-арту таким чином: «Виник ленд-арт як художній протест проти штучності, пластмасової естетики і комерціалізації мистецтва. Але перш за все – це робота з простором, з ідеєю, символом, з властивостями природних матеріалів, звуками середовища. Це все в цілому і визначає прийоми формоутворення художнього повідомлення. Це робота, яка не спирається на будь-які види образотворчого мистецтва, а тільки на досвід художника, пропонуючи йому свободу вибору матеріалів у вирішенні своєї ідеї.»[2]

Ленд-арт як культурний напрям виник наприкінці 1960 – поч. 70-х рр. як реакція мистецтва та культури на екологічні проблеми, стрімкий ріст населення. Ленд-арт являє собою відгалуження концептуалізму і виступає проти того, щоб твори мистецтва представляли собою ринковий товар та обмеження його репрезентації, а зберігання тільки в слугуючих для цього місцях – галереї, музеї, виставки. Це була спроба зробити мистецтво доступним для більш широкої аудиторії та знайти нові способи взаємодії з природним середовищем. Один з найвідоміших прикладів ленд-арту – Стоунхендж, який був побудований приблизно 5000 років тому в Англії і використовує великі камені, щоб створити гігантську кругову форму.

Серед першоджерел ленд-арту великого масштабу слід розглядати «Геогліфи Наски», або «Лінії Наски», – ряд зображень (геогліфів) довжиною 80 км, що

розташовані на плато Наска в пустелі Сечура, між містами Наска і Пальпа, у Перу. Геогліфи Наски були створені між 200 рр. до н.е. та 700 рр. н.е., і являють собою кілька сотень різноманітних зображень, серед яких близько 70 фігур тварин і людей. Лінії Наски створені шляхом зняття верхнього шару червоної за кольором пустельної гальки і оголення білого шару ґрунту, таким чином контрастні фігури видно з великої відстані.[3](Додаток А)

Поява в США ленд-арту була тісно пов'язана з концептуальним мистецтвом. Цей період характеризувався засиллям революційної енергії на теренах Західної Європи та США. Непевні прагнення Лівих щодо контр-культурного покоління так і не були реалізовані, а форми художніх експериментів, котрі проводилися на той час, до неможливості ускладнили узагальнення та визначення того, що мало право називатися художньою діяльністю. Новий стиль ленд-арт, започаткований Робертом Смітсоном, Ричардом Лонгом, Робертом Моррісом, Уолтером де Марія та Аною Мендєста, зумовив появу ряду провокаційних питань щодо зв'язку між мистецтвом та природою – питань, на які досі не знайдено відповідей.[4]

Одним із основних засновників та представників течії ленд-арту вважається американський художник Роберт Смітсон. У 1968 році митець написав есе «Відкладення розуму в осад: Земні проекти» (A Sedimentation of the Mind: Earth Projects), що представляє собою маніфест ленд-арту, що став поштовхом до розвитку ленд-арту. У ньому митець надав аналіз реакції на відхід модернізму від соціальних проблем і запитів.

Під час роботи над своїм найвідомішим проектом митець втілював концептуальну ідею контрасту латентно-активного спокою в руках дрібних каменів, що, за його словами, може зайняти до двох мільйонів років, щоб зрушитись на 30 см. Створюючи свій знаменитий об'єкт ленд-арту «Спіральна дамба» (Spiral Jetty), озеро Грат, Солт Лейк, Юта, США, 1970 р. митець поєднав скелю, землю,

каміння і морські водорості таким чином, щоб сформувати дамбу спіральної форми, довжиною 450 м.

Мистецтво ленд-арту більш за все представлене американськими митцями: Карлом Андре, Еліс Ейкок, Волтером де Марія, Деннісом Опенгеймом, Джеймсом Террелом та іншими. Серед відомих митців з інших країн можна зазначити Пітера Гатчінсона, Енді Голдсуроті, Кріса Дрері, Річарда Лонга з Великобританії, а також Ендрю Роджерса з Австралії.

Дивлячись на витвір ленд-арту люди замислюються, чи є це реальною культурою, чи його існування є швидше концептуальним. Звісно, що ленд-арт саме тому і є таким значущим, бо він водночас репрезентує цілий ряд різноманітних і на перший погляд, несумісних рис.

Ленд-арт інсталяції зазвичай створюються з природних матеріалів, таких як каміння, пісок, гілки, листя, вода та інші елементи, які знайдені на місці. Ленд-арт може мати різні форми, наприклад, це може бути величезний майданчик, який викладений у вигляді геометричних фігур на полі або маленький об'єкт, що розташований у природному середовищі. Зазвичай інсталяції створюють у відкритих просторах, таких як ліси, поля, пустелі, береги океану, використовуючи природні матеріали. Твори мистецтва можуть бути великого масштабу і зазвичай не можуть бути перенесені в інше місце, що робить їх ще більш унікальними та особливими.

Ленд-арт є формою експериментування з природними матеріалами та навколишнім середовищем, яке може призвести до сприйнятів та ідей щодо взаємодії людини з природою. Художник впроваджується у довкілля як у величезний простір творчості, разом із природою виступає у ролі творця. Художник у співавторстві із природою створює нову форму там, де це здавалося неможливим. Нерідко художник створює об'єкт мистецтва ландшафту з характеристиками, здатними змінюватись у часі, бути динамічними. Тому ленд-арт вважається перформативною формою мистецтва.

Головні аспекти виникнення ленд-арту полягали у відмові від традиційних форм мистецтва, використанні природних матеріалів та елементів природного середовища, створенні тимчасових або постійних творів мистецтва в природному оточенні та зверненні уваги на екологічні питання та відносини людини з природою, а також створення творів мистецтва, які відображають унікальність та красу природи.

Ленд-арт може включати в себе різноманітні елементи природного середовища, такі як земля, пісок, вода, рослини та інші матеріали які можуть бути знайдені в природі. Творці ленд-арту використовують ці матеріали, щоб створити складні композиції, скульптури та інсталяції, які можуть бути розміщені в природному оточенні.

Основні аспекти ленд-арту включають:

1. Використання природних матеріалів. Ленд-арт художники використовують природні матеріали (гілки, лист, пісок, каміння, вода тощо), для створення своїх творів. Це надає їх творчості органічний та екологічний характер.
2. Співіснування з природою. Ленд-арт твори існують у взаємодії з навколишньою природою, вони не тільки відображають її красу, але й стають частиною природного середовища. Вони можуть змінюватися залежно від погодних умов та пори року, і це надає їм унікального та тимчасового характеру.
3. Розмір та масштаб. Багато ленд-арт творів мають великі розміри та масштаби, що надає їм вражаючого ефекту та здатності впливати на сприйняття простору та оточення.
4. Екологічна спрямованість. Ленд-арт може використовуватись для створення екологічних проєктів, що сприяють збереженню природи та охороні довкілля. Він може допомогти усвідомити важливість збереження біорізноманіття та надавати можливість зануритися у природу та взаємодіяти з нею.

5. Відсутність постійності. Ленд-арт може бути тимчасовим або постійним, проте багато творів змінюються з часом або залежно від погодних умов. Відсутність постійності робить ленд-арт унікальним та може надавати йому філософський зміст.
6. Робота з простором. Ленд-арт використовує простір як активну складову творчості. Таким чином, художники можуть створювати великі інсталяції, які займають значну площу та взаємодіють з навколишнім середовищем.

Всі ці аспекти спільно створюють унікальне мистецтво, яке поєднує в собі естетику та екологічну освіту та показує важливість природи як основи для розвитку культури та громадянського суспільства.

Роботи, виконані в стилі ленд-арт, зазвичай недовговічні, і демонструються публіці у дуже стислі терміни. Їх фіксують за допомогою фото- та відеоматеріалів, визначаються координати їх місцезнаходження на карті, і надалі, художник може демонструвати свої твори в музеях або на просторах Інтернету. Галереї та виставкові зали, які мають значні площі, дозволяють митцям реалізовувати проекти ленд-арту без ушкодження для ідеї та художньої цінності самого арт-об'єкту. Втім, деякі з мистецтвознавців притримуються погляду, що для цього жанру і фон, і об'єкт, і всі матеріали для проекту – все це має мати природне походження.[5]

Не зважаючи на широке охоплення досліджуваної проблеми різними авторами, питання знаходиться на початковому етапі його вивчення, а творчі ідеї та маніфести ленд-арту постійно поповнюються новими аспектами. Таким чином, актуалізація концептуальних підходів і принципів створення мистецьких проектів ленд-арту ХХ ст., та їх вплив на твори сьогодення потребує додаткового дослідження.[3]

Підводячи підсумки можна зробити такий висновок, що ленд-арт виник як реакція на віддаленість традиційного мистецтва від природи, а також як спроба

знову зв'язати художній процес з природним середовищем. Головна ідея ленд-арт течії полягає в тому, що саме природа є основним матеріалом для творчості, і тому творчість ленд-арт художників пов'язані з використанням природних елементів – від каміння та гілок до землі та води – для створення вражаючих та експериментальних інсталяцій. Ленд-арт перетворив простір на поле досліджень художника, що відкриває нові можливості в інтерпретації простору та зв'язку між художником та природою.

На сьогодні ленд-арт став популярним явищем у всьому світі і часто використовується для створення екологічних проєктів та озеленення міських просторів.

1.2 Сучасний стан, виклики, тенденції туристичної індустрії та роль ленд-арту в туризмі

Туристична індустрія - сукупність різних суб'єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, підприємства харчування, транспорту, заклади культури, спорту тощо), які забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів. (ВР України, Закон "Про туризм" від 15.09.1995 N 324/95-ВР)[6]

Туризм та культура мають взаємозв'язок, оскільки культурна спадщина та традиції є важливим чинником привабливості туристичних напрямків. Культурні атракції, такі як музеї, театри, пам'ятники та інші культурні об'єкти, є важливими мотиваційними факторами для туристів, які хочуть поглибити свої знання про історію, мистецтво, традиції та культуру різних народів та країн.

У свою чергу, туризм може сприяти збереженню культурної спадщини та традицій. Розвиток туризму може стимулювати інтерес до культурних об'єктів, сприяти їх збереженню та реставрації, а також збільшувати культурний обмін між різними народами та країнами.

Проте туризм також може мати негативний вплив на культуру, зокрема викликати комерціалізацію культурних об'єктів та втрату їх автентичності. Тому важливо збалансувати розвиток туризму та захист культурної спадщини, забезпечуючи сталий та відповідальний розвиток туризму та збереження культурних цінностей.

Культурний туризм є важливою галуззю глобальної туристичної індустрії. Він залучає туристів, які хочуть пізнати інші культури, традиції та історію країни, відвідуючи музеї, історичні пам'ятки, фестивалі та інші культурні події.

За останні роки культурний туризм став все більш популярним, оскільки багато людей хочуть дізнатися все більше про культурну спадщину інших країн. Зокрема, в Україні туризм також розвивається досить швидко, оскільки в країні є багато історичних та культурних пам'яток, які приваблюють туристів з усього світу.

Однак, з появою пандемії, галузь туризму загалом зазнала значних втрат, в тому числі й культурний туризм. Більшість країн ввели обмеження на міжнародний туризм, заклавши кордони для іноземних громадян. Це призвело до значного зниження числа туристів, які відвідують культурні місця, а також до зменшення кількості культурних подій та фестивалів.

Також неможливо не згадати такий особливий фактор як війна, не тільки в Україні, а й в інших країнах світу. Туризм під час війни зазвичай є небезпечним та ризикованим. Умови військового конфлікту можуть створювати серйозні загрози безпеці туристів, а також обмежувати доступ до туристичних пам'яток та інфраструктури.

Основні ризики туризму під час війни включають: закриття туристичних об'єктів; конфлікт може призвести до введення обмежень на переміщення в межах країни або виїзду за її межі. Це може ускладнити планування маршруту та повернення додому для туристів; небезпека для життя; комунікаційні та транспортні проблеми.

Загалом, доля у туризмі під час війни є надзвичайно ризикованою та небезпечною. Рекомендується уникнути таких місць та дотримуватися дораджень та попереджень місцевих владних органів та міжнародних організацій, таких як Департамент держави США або Верховний комісар ООН з питань біженців, щодо безпеки подорожей.

Таким чином, стан культурного туризму залежить від ситуації у світі, а також від економічного та політичного становища певної країни.

Проте туристична індустрія також має свої негативні наслідки, такі як вплив на довкілля та забруднення, зменшення культурної та природної різноманітності, перенаселення та залежність від туризму. Тому важливо розвивати туризм в екологічно та соціально відповідній формі, забезпечуючи збалансований розвиток туризму та захист довкілля та культурної спадщини.

Визначено, що основними тенденціями розвитку туризму є: підвищення рівня комплексного обслуговування туристів, зростання індивідуалізації потреб клієнтів, зміна структури туристичних потоків, широке використання інформаційних технологій в туризмі.[7]

Туристична індустрія постійно змінюється та розвивається, тому існують різні виклики та тенденції, які впливають на її розвиток. Серед викликів можна виділити такі:

1. Конкуренція. Індустрія туризму є дуже конкурентною, тому компанії мають постійно вдосконалювати свої продукти та послуги, щоб залучити клієнтів.
2. Кризи та катастрофи. Пандемія ковід19 та природні катастрофи можуть масштабно впливати на туристичну індустрію, знижуючи попит та доходи компанії.
3. Зміни у законодавстві. Зміни у законодавстві щодо міграції, віз та інших відносин можуть впливати на попит на туристичні послуги.

4. Екологічні виклики. Розвиток туризму може мати негативний вплив на довкілля, тому компанії мають забезпечувати сталий розвиток та екологічну відповідальність.
5. Воєнні дії. Наразі у світі ведеться велика кількість воєнних дій по всьому світу. Серед них можна виділити бойові дії в Ірані, Ізраїлі, Ємені та початок повномасштабної війни в Україні. Тому туризм та інші галузі не можуть нормально розвиватись, бо бойові дії наражають людей на небезпеку, через це туристи не можуть побачити культуру деяких країн.

Серед основних тенденцій туристичної індустрії можна виділити:

1. Зростання популярності екологічного та сталого туризму. Відпочинок, який не зашкоджує довкіллю, стає все більш популярним серед туристів. Компанії мають забезпечувати сталість своїх послуг та брати до уваги вплив своєї діяльності на довкілля.
2. Розширення меж культурного і соціального туризму. Культурні та соціальні події, такі як музейні виставки, фестивалі, концерти, та інші, привертають увагу більшості туристів, які хочуть дізнатися більше про історію та культуру різних країн.
3. Розвиток технологій. Нові технології, такі як віртуальна реальність та штучний інтелект, використовуються в туризмі для створення нових туристичних продуктів, покращення ефективності обслуговування та збільшення задоволеності клієнтів.
4. Популярність онлайн-бронювання. Інтернет став важливим каналом для бронювання туристичних послуг. Більшість компаній тепер пропонують онлайн-бронювання готелів, авіаквитків та інших послуг.
5. Зростання популярності місцевого туризму. За останні кілька років зростає популярність місцевих подорожей, коли люди подорожують по своїй країні або регіону. Це пов'язано зі зростанням свідомості щодо екології та підтримки місцевої економіки.

Ленд-арт – це мистецтво створення скульптури, інсталяцій та інших творів мистецтва на природному ландшафті. Це мистецтво нерозривно пов'язане з природою та може бути дуже привабливим для туристів, які хочуть насолодитися красою природи та мистецтва.

Ленд-арт може стати важливим елементом культурного туризму в регіонах, де є красиві природні ландшафти, які можна використовувати як платформи для створення цих творів мистецтва. Такі регіони можуть стати магнітами для туристів, які хочуть насолодитися красою природи та мистецтва одночасно.

Це може призвести до збільшення потоку туристів до певних регіонів, збільшення попиту на різноманітні послуги та інфраструктуру, які можуть бути пов'язані з ленд-артом. Також, це може сприяти розвитку культурних і творчих індустрій в регіоні, що може відобразитися на місцевій економіці.

Більше того, ленд-арт може стати інструментом для залучення уваги до екологічних питань та стимулювання екологічно свідомих дій серед туристів. Це мистецтво може надихати туристів на більш поважне ставлення до природи та її охорону.

При цьому важливо враховувати екологічну сторону створення творів ленд-арту. Мистецькі інсталяції мають бути створені без пошкодження природного середовища та з урахуванням збереження біорізноманіття. Крім того, ленд-арт може стати інструментом для просвітницької роботи щодо охорони навколишнього середовища та збереження природних ресурсів.

Тому, ленд-арт може мати значну роль у культурному туризмі, як мистецтво, що поєднує красу природи та мистецтва та може відігравати важливу роль у залученні туристів до екологічно свідомого туризму.

Підводячи підсумки можна зробити такий висновок. Сьогодні туристична індустрія є однією з найбільш динамічних та швидкозростаючих галузей світової економіки. Однак, вона стикається зі значними викликами, такими як

екологічна криза, перевантаження туристичних місць та збільшення попиту на сталий туризм.

У такому контексті ленд-арт може стати важливим інструментом для розвитку сталого туризму та збереження природного середовища. Він може допомогти залучити туристів до регіонів, де створюються твори ленд-арту, збільшити попит на послуги та інфраструктуру, пов'язані з ленд-артом, та сприяти розвитку культурних та творчих індустрій в регіоні.

Отже, ленд-арт може мати важливу роль у розвитку туризму, особливо в контексті сталого розвитку та збереження природи, проте його створення має відбуватися з урахуванням екологічних аспектів та збереженням природи.

1.3 Огляд світових та вітчизняних прикладів успішної імплементації ленд-арту в туристичну індустрію

Ленд-арт стає все більш вагомим інструментом для популяризації туристичних напрямків. Це відкриває нові можливості для туризму та мистецтва, що допомагає залучати більше туристів та збільшувати прибутки туристичної індустрії.

В основі більшості знакових творів ленд-арту лежать не тільки образні рішення, як загалом у мистецтві, в них створюються художні повідомлення для спілкування з глядачем, передачі позиції автора, формування суспільної думки, які оцінюються на когнітивному рівні. Ідеї ленд-арту постають з «філософії місця», ландшафт розуміється як віддзеркалення не тільки екології, але й філософії, соціології, історії, антропології, міфології, символіки, історії культури тощо. Ленд-арт як мистецтво – це перш за все робота з ідеєю, символом. Філософське підґрунтя надає особливого елітарного присмаку таким творам, видається, що їх автори знають щось за межами пересічного бачення

світу. І такий підхід, на наш погляд, різко відділяє ленд-арт від дизайнерських практик, на які він безперечно має великий вплив.[8]

Використовуючи лише найпростіші технології, ранні спільноти вирізали і транспортували велетенські брили, переміщали тонни ґрунту і креслили величезні візерунки на поверхні землі. Менгіри — монументи з одного чи кількох вертикальних кам'яних блоків, встановлені близько 5 тисяч років тому біля Карнака у Британії,— вочевидь використовували не для житла, захисту чи землеробства. Можливо, їхнє призначення — впорядкувати простір, зробити зрозумілими форму земної поверхні, зміни на небі й у порах року, подібно до того, як проведена лінія одразу структурує чистий аркуш або як мореплавці орієнтуються за навігаційними спорудами на суші, що функціонують як маяки. Найдивовижніший зразок, який складається з лінійних візерунків, геометричних і анімалістичних фігур, займає 450 квадратних кілометрів пампи біля міста Наска в Перу. Вважається, що цим «лініям Наски» близько півтори тисячі років. Їх наново відкрили з повітря в 1930-х роках, а побачити їх повністю можна тільки з великої висоти. Менші за масштабом фігури в Англії, як, наприклад, кінь з Афінгтона в Оксфордширі завдовжки 114 метрів, створювали, копаючи траншеї в крейдяних ґрунтах на схилах зелених пагорбів. Як і у випадку «ліній Наски» важко сказати, як пояснили загальний задум робітникам, котрі виконували ці каліграфічні фігури на землі. В інших місцях монументальні форми викладали, насипаючи ґрунт. Найбільший з подібних об'ємних пагорбів — Зміїний курган у штаті Огайо (США) завдовжки 430 метрів, у формі змії з туго закрученим хвостом.[9]

Нижче представлено декілька світових прикладів успішної імплементації ленд-арту в туристичну індустрію:

1. У 1972 році, через два роки після спорудження ленд-арт-інсталяція Роберта Смітсона «Спіральна дамба» повністю зникла з поля зору під водами Великого Солоного озера. Смітсон розпочав роботу над

інсталяцією, коли після тривалої посухи озеро ненадовго відступило від берегів. З тих пір спіраль рік за роком змінювалася разом з навколишнім ландшафтом, будучи наочним відображенням мінливості клімату пустельного нагір'я.(Додаток Б)

2. «Буття» в Англії - це великий проект ленд-арту, що включає в себе більше 20 великих скульптур, які розташовані вздовж річки Рібл. Цей проект, створений художником Андреасом Кейном, має на меті привернути увагу до проблеми забруднення річок та навколишнього середовища.
3. Художник та скульптор з Аргентини Педро Марцораті (Pedro Marzorati) вирішив привернути увагу до проблеми глобального потепління. Цьому присвячена його інсталяція "Where the Tides Ebb and Flow" (Там, де припливи та відливи). Художник зазначає, що фігури людей, встановлених у паризькому парку, наочно показують, хто з них уже потонув, а хто незабаром сховається під водою.(Додаток В)[10]
4. "Стоячі камені" Анді Голсворті (Andy Goldsworthy) Анді Голсворті - відомий британський ленд-арт художник, який створює вражаючі скульптури з каменів, листя та інших природних матеріалів. Його серія "Стоячі камені" включає в себе великі скульптури з каменю, які він створив у різних куточках світу.
5. "Петріхор" Річарда Шермана (Richard Shilling) Річард Шерман - відомий британський художник ленд-арту, який створює вражаючі інсталяції з листя, гілок та інших природних матеріалів. Його серія "Петріхор" включає в себе великі інсталяції з різнокольорових листків, які він створює у лісах та парках у Великобританії.

Україна має свій унікальний потенціал для розвитку ленд-арту, оскільки країна має багату історію та культуру, що можна відтворити в творчих інсталяціях з використанням природних матеріалів.

Українські художники активно звернулися до лендарту («мистецтва довкілля») з 1980-х років за доби Перебудови. Арт-об'єкти в природному середовищі створювали Олександр Бабак, Олександр Бородай, Володимир Бахтов, Сергій Якунін, Олексій Литвиненко, Петро Бевза.

Серед вітчизняних прикладів імплементації ленд-арту можна виділити такі:

Роботи українського ленд-арт митця Сергія Якуніна. Його роботи демонструють, як ленд-арт може бути використаний для створення мистецьких творів, які сприяють збереженню природи та відкривають нові можливості для сприйняття навколишнього світу.

- “Точка опори”. Це інсталяція з дерев'яних палиць, створена у формі вежі. Вона розташована на березі озера Бакота в Карпатах і надає можливість гостям насолоджуватися панорамним видом на навколишні гори та озеро.
- “Ландшафтні форми” Це проект, у якому Якунін створив композицію з великих геометричних форм, виготовлених із дерева та каменю. Його роботи стали частиною виставки "Арт-Завод: Платформа", яка проходила в Києві.
- “Алея” Це проект, у якому Якунін створив алею зі скель, які мають неповторний рельєф та форму. Алея розташована у парку "Зелений гай" в Львові і є популярним місцем для прогулянок та фотосесій

Роботи української ленд-арт мисткині Наталі Лісової. Наталі Лісова - українська художниця та дизайнер, яка працює з природними матеріалами та створює непересічні інсталяції, що надихають та захоплюють своєю красою.

- "Весняний вітер" - ця інсталяція складається з великих дерев'яних гілок, які створюють враження руху вітру та бурхливого перехоплення весняного духу.
- "Верховина" - ця робота зображує мальовничу українську верховину, вона створена з трав, квітів, дерев'яних паличок та інших природних

матеріалів. Ця інсталяція надає глядачеві відчуття присутності на теренах Карпат.

- "Ніч" - ця робота зображує нічний ліс та його містичний світ, вона створена з моху, дерева та різних природних матеріалів. Робота наділена елементами фантазії та магії, які надають їй особливого чару.
- "Квіткова дорога" - ця інсталяція створена з квітів, трав та дерев'яних паличок, вона зображує квіткову дорогу, яка веде до невідомих просторів. Робота наділена особливою романтичною та мрійливою атмосферою.

Також можна вказати на один з прикладів ленд-арту, який допомагає популяризації та розвитку туризму в Сумській області. Ленд-арт симпозіум «Простір покордоння» в селі Могриця Сумської області є одним з найвизначніших подій у сфері ленд-арту в Україні. Цей проект є важливим елементом розвитку туризму в регіоні, оскільки привертає увагу туристів та створює нові можливості для подорожей та відкриттів.

Симпозіум проводиться щорічно та є відкритим простором для творчості та співпраці між українськими та зарубіжними художниками, архітекторами та дизайнерами. Учасники мають можливість створювати величні та унікальні інсталяції, використовуючи природні матеріали та ресурси, які є доступними в регіоні.

Метою проекту є залучення уваги до потенціалу регіону та привертання нових туристів, що сприяє розвитку туризму та збільшенню доходів для місцевого населення. Кожна інсталяція стає своєрідним символом регіону та надихає туристів на відкриття нових місць та відчуття взаємозв'язку з природою.

У результаті проведення симпозіуму "Простір покордоння" у селі Могриця створюється ціла колекція ленд-арт інсталяцій, які стають пам'ятками культури та природи регіону. Такий проект є дієвим інструментом популяризації туризму та збереження природного середовища, що відкриває нові можливості для розвитку туризму в регіоні та Україні в цілому.

Підводячи підсумки, можна зробити такий висновок. З огляду на світові та вітчизняні приклади успішної імплементації ленд-арту в туристичну індустрію можна зробити висновок про те, що цей вид мистецтва дійсно може стати ефективним інструментом популяризації туризму. Інсталяції ленд-арту дозволяють створювати унікальні та запам'ятовувальні об'єкти, які приваблюють увагу туристів та місцевих жителів.

Також крім світових прикладів ленд-арт мистецтва зазначених вище, можна виділити такі як "Стоунхендж" у Великобританії, "Золота осінь" в Китаї, "Сади зі сталі" у Німеччині, та інші. Українські приклади включають роботи Сергія Якуніна, Наталі Лісової, а також моголицький ленд-арт. Відзначається, що такі інсталяції можуть бути дуже різноманітними та бути створені з будь-яких матеріалів, які можна знайти у природі.

Успішна імплементація ленд-арту в туристичну індустрію може допомогти розвитку туризму в різних регіонах, залученню нових туристів та збільшенню доходів. Цей вид мистецтва також може стати інструментом збереження та захисту природних ресурсів та культурної спадщини.

Отже, можна зробити висновок, що ленд-арт є важливим інструментом популяризації туристичної індустрії, який може допомогти залучити нових туристів та сприяти розвитку туризму.

1.4 Феномен популяризації, її роль в просуванні культурного продукту

Популяризація - це процес, за допомогою якого спеціалізована інформація, ідеї чи продукти стають доступними та зрозумілими для широкої аудиторії. Цей процес має на меті привернути увагу та зацікавленість громадськості, зрозуміти складні поняття та привернути широку спільноту до певної теми чи діяльності.

Популяризація може відбуватися у різних галузях, таких як наука, технології, культура, мистецтво, спорт, соціальні питання тощо. Вона може використовувати різні засоби та методи, такі як масові медіа, лекції, документальні фільми, виставки, соціальні мережі, публічні виступи та інші форми комунікації.

Одна з головних мет цієї діяльності - розширити кругозір та освітні можливості людей, сприяти розумінню складних тем і зрозуміти. Шляхом популяризації інформація стає доступною і зрозумілою для широкого загалу, навіть якщо вона спочатку була призначена для спеціалістів.

Популяризація також може впливати на суспільство та культуру, стимулювати інновації та розвиток. Вона може сприяти підвищенню інтересу до певних галузей знання та спонукати до подальшого дослідження та розвитку. Однак, важливо зазначити, що популяризація може мати свої обмеження та негативні аспекти. У деяких випадках спрощення складних зрозуміти чи некоректна інтерпретація інформації може призвести до спотворення її сутності. Тому важливо зберігати баланс між доступністю та точністю під час популяризації.

Феномен популяризації відноситься до процесу розповсюдження та підвищення популярності інформації, ідей, технологій, продуктів чи явищ серед широкої аудиторії. Він включає різні засоби та стратегії, які допомагають зрозуміти складні концепції та привернути увагу громадськості.

Феномен популяризації має велике значення для передачі знань та розширення кругозору людей. Він допомагає зрозуміти складні наукові теорії, соціальні проблеми, культурні явища та інші складні поняття широкому загалу. Через популяризацію інформація стає більш доступною та зрозумілою для широкої аудиторії, що сприяє розвитку освіти та науки, підвищенню інтересу до культури та мистецтва, а також сприяє формуванню свідомого споживача.

Популяризація може здійснюватися за допомогою різноманітних засобів, включаючи масові медіа (телебачення, радіо, Інтернет), книги, журнали,

виставки, лекції, семінари, публічні виступи та інші форми комунікації. Вона часто використовує упрощений мовний стиль, візуалізацію, ілюстрації, приклади з реальної життя та інші методи, що допомагають легше сприймати інформацію.

Популяризація може мати і позитивний, і негативний аспекти. З одного боку, вона допомагає зрозуміти складні поняття та сприяє поширенню нових ідей та інновацій. З іншого боку, іноді популяризація може спрощувати складні поняття до такого ступеня, що втрачається їхнє суттєве значення або поширюється неточна інформація.

Загалом, феномен популяризації є важливим елементом сучасного інформаційного суспільства, оскільки він сприяє поширенню знань та підвищенню інтелектуального розвитку людей. Це дає можливість людям отримати доступ до різноманітної інформації та розширити свій світогляд.

Популяризація у культурній сфері відіграє важливу роль у поширенні та просуванні культурних цінностей, традицій, мистецтва та інших аспектів культури серед широкої аудиторії. Ось деякі ключові ролі популяризації у культурній сфері:

1. Збереження та просування культурної спадщини: Популяризація допомагає зберегти та передати культурне наслідування наступним поколінням. Це може включати популяризацію традиційних ремесел, народної музики, танців, мови, історії та інших аспектів культури.
2. Залучення широкої аудиторії: Популяризація допомагає залучити більше людей до різноманітних культурних подій та активностей. Це сприяє підвищенню інтересу до культури, залученню нової аудиторії та розширенню культурного діапазону споживачів.
3. Розширення культурного кругозору: Популяризація допомагає розширити кругозір людей шляхом ознайомлення з різними аспектами культури. Це

може включати презентацію нових мистецьких течій, літературних рухів, кінематографу, театру, музики та інших форм мистецтва.

4. Стимулювання творчості та інновацій: Популяризація культурних виразних засобів може надихати творчу активність та інновації в мистецтві. Вона може створювати нові можливості для взаємодії між різними культурами та створювати платформу для вираження та співпраці талановитих людей.
5. Формування ідентичності та спільного усвідомлення: Популяризація культури може сприяти формуванню колективної свідомості, спільного усвідомлення та розуміння культурних цінностей та ідентичності. Вона може підсилити почуття приналежності до певної культурної спільноти та сприяти її збереженню та розвитку.

Загалом, популяризація у культурній сфері є важливим інструментом для збереження, просування та розширення культурного сліду, залучення широкої аудиторії та стимулювання творчості та інновацій. Вона відіграє значну роль у зміцненні культурної ідентичності та спільного усвідомлення.

Висновки до 1-го розділу

У цьому розділі було досліджено теоретико-методологічні основи ленд-арту як інструменту популяризації туристичної індустрії. Проаналізовано поняття ленд-арту, його еволюцію та основні принципи. Також розглянуто значення ленд-арту для туристичної індустрії та роль його у створенні унікальних туристичних продуктів.

Теоретико-методологічний аналіз ленд-арту, як інструменту популяризації туристичної індустрії, дозволяє зрозуміти, що цей вид мистецтва має глибокі корені в історії та культурі людства. Ленд-арт поєднує в собі елементи природних наук, мистецтва та екології, що дає можливість створювати

інсталяції та композиції, що вписуються в природне середовище та розширюють можливості його сприйняття.

Було вивчено світові та вітчизняні приклади успішної імплементації ленд-арту в туристичну індустрію, а також розглянуто досвід проведення ленд-арт симпозіуму в селі Могриця Сумської області.

Загальний висновок полягає в тому, що ленд-арт може стати потужним інструментом популяризації туристичної індустрії, зокрема в розвитку сільського туризму та створенні унікальних туристичних маршрутів. Для цього необхідно сприяти розвитку мистецтва ленд-арту в Україні, проводити ленд-арт заходи та симпозіуми, співпрацювати з мистецькими колективами та іншими галузями туризму для розвитку цього напрямку. Важливо також забезпечувати підтримку та заохочення мистецьких ініціатив у сільській місцевості, зокрема на прикордонній території.

Розділ 2. Роль ленд-арту у популяризації туристичної індустрії

2.1 Основні проблеми світової туристичної індустрії

Світова туристична індустрія є великим і динамічним сектором економіки, який включає всі види подорожей та послуг, пов'язаних з подорожами. Цей сектор включає туристичні агенції, готелі, авіакомпанії, туристичні оператори, ресторани, транспортні компанії, визначні пам'ятки та багато іншого.

Туризм має велике значення для економіки багатьох країн, оскільки привертає іноземні інвестиції, сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, створення нових робочих місць і збільшення доходів від податків. Крім того, він сприяє культурному обміну, взаєморозумінню та підтримці збереження природного та культурного спадку.

Останні роки були важкими для світової туристичної індустрії через пандемію COVID-19. Багато країн запровадили обмежувальні заходи, закрили кордони та обмежили міжнародний туризм для забезпечення безпеки населення. Це призвело до значного зменшення подорожей та значної втрати доходів для багатьох компаній, пов'язаних із туризмом.

Проте, з поступовим покращенням ситуації щодо пандемії, туристична індустрія поступово відновлюється. З'являються нові протоколи безпеки, вакцинаційні паспорти та інші ініціативи для стимулювання подорожей. Багато людей, після довгого періоду обмежень, виявляють більше бажання подорожувати та відкривати нові місця.

Туристична індустрія також звертає велику увагу на сталу та екологічну підтримку. Зростає популярність екологічного туризму, екотуризму та інших форм туризму, що сприяють збереженню природи та взаємодії з місцевими спільнотами.

Таким чином, світова туристична індустрія продовжує еволюціонувати та змінюватися, адаптуючись до нових викликів та тенденцій. Вона залишається

важливою галуззю економіки, яка сприяє культурному обміну, економічному зростанню та збереженню довкілля.

Нещодавно Державне агентство розвитку туризму вийшло з обнадійливим повідомленням — подорожі в країні продовжуються й під час війни. Навіть в умовах наявних обмежень (наприклад, на відвідування лісів чи прикордонних територій) громадяни продовжують відкривати рідну країну. І це цілком зрозуміло, адже постійний стрес втомлює, а організм потребує відновлення.

Поступово відновлюється також і виїзний туризм. Переважно жінки з дітьми подорожують за популярними літніми напрямками. Актуальним також залишається замовлення наземного обслуговування — громадяни, які опинились в Європі бронюють готелі й обслуговування в українських туроператорів та добираються до місця відпочинку самостійно.

З точки зору бізнесу, цих замовлень достатньо лише для часткового покриття звичних обсягів подорожей. Щоб вийти на повне завантаження українські туроператори шукають нові шляхи розвитку й поступово вивчають європейський ринок, а також можливості інших країн. [11]

Проблематика світової туристичної індустрії охоплює різноманітні аспекти, що впливають на цей сектор на глобальному рівні. Деякі з найважливіших проблем включають:

- 1. Посилення екологічних проблем.** Зростаюча кількість туристів призводить до збільшення вуглецевого сліду, забруднення водних ресурсів, знищення природних екосистем та втрати біорізноманіття. Туризм може стати фактором, що сприяє змінам клімату, а також виникненню проблем з управлінням відходами та енергетичною ефективністю.

2. **Масовий туризм та переповненість.** Деякі популярні туристичні призначення стикаються з проблемою переповненості. Велика кількість туристів може призводити до труднощів з доступом до пам'яток, заторів, надмірного залюднення пляжів та інших популярних місць, що впливає на якість туристичного досвіду та негативно впливає на місцевих мешканців.
3. **Нерівномірний розподіл економічних користей.** У туристичних регіонах може існувати нерівномірний розподіл економічних користей. Туристична індустрія може приносити значні прибутки, але вони можуть неоднаково розподілятися між місцевими громадами та іноземними інвесторами. Це може призводити до соціально-економічних нерівностей та залежності від зовнішнього капіталу.
4. **Туризм може мати вплив на культурну спадщину та автентичність національних та етнічних груп.** Масовий туризм може призводити до комерціалізації культурних подій, поступового зникнення традиційних промислів та звичаїв, а також до змін у способі життя місцевого населення.
5. **Геополітичні та безпекові ризики.** Світові конфлікти, терористичні загрози та політичні нестабільності можуть негативно вплинути на туристичну активність. Політичні кризи та конфлікти можуть призвести до зменшення кількості туристів, зниження довіри та створення небезпеки для туристів.
6. **Технологічні виклики.** Швидкий розвиток технологій, таких як онлайн-бронювання та платформи для обміну житлом, створює нові виклики для туристичної індустрії. Це включає питання конфіденційності, забезпечення якості послуг та регулювання нових форм туризму.

Розв'язання цих проблем потребує спільних зусиль від урядів, туристичних організацій, місцевих громад та самих туристів. Необхідно розвивати сталі туристичні моделі, зосереджуватися на збереженні природних та культурних ресурсів, забезпечувати справедливе розподілення економічних користей та збалансований розвиток туризму.

У цьому підрозділі було розглянуто основні проблеми світової туристичної індустрії. Ці проблеми включають сезонність та переповненість, екологічні проблеми, недостатню сталість, культурну експлуатацію, геополітичні та безпекові ризики та технологічні виклики.

Вирішення цих проблем є важливим завданням для сталого розвитку туризму. Воно вимагає спільних зусиль урядів, туристичних організацій, місцевих громад та самих туристів. Залучення уваги до аспектів сталого розвитку, збереження природних та культурних ресурсів, забезпечення справедливого розподілу економічних користей та збалансований розвиток туризму може допомогти зробити індустрію більш стійкою та ефективною.

Прийняття відповідних політик, регулювання туристичної діяльності, сприяння інноваціям та впровадження сталого управління можуть допомогти знизити негативний вплив туризму та забезпечити більш екологічно чистий та соціально відповідальний розвиток галузі.

Варто також зазначити, що вирішення проблем туристичної індустрії потребує глобального підходу, співпраці та обміну найкращими практиками між країнами та регіонами. Тільки шляхом спільних зусиль можна досягти сталого та екологічно чистого розвитку туризму, забезпечити задоволення туристів та благополуччя місцевих громад.

2.2 Основні перспективи популяризації туристичної індустрії через інструменти ленд-арту

Популяризація є важливою складовою розвитку будь-якої сфери, чи то культура, наука, спорт чи технології. У нашому сучасному світі зростає значення популяризації інформації, оскільки це сприяє ширшому розповсюдженню знань та ідеї.

Ленд-арт є формою мистецтва, яка використовує природний ландшафт як основну платформу для творчості. В останні роки ленд-арт став дедалі популярнішим і привертає увагу туристів, оскільки він дає можливість поєднати естетичне задоволення зі сприянням збереженню природи.

Ленд-арт може бути цікавим інструментом для популяризації туристичної індустрії та створення унікальних туристичних пропозицій. Він додає елементи мистецтва та креативності до природного середовища, що привертає увагу туристів та створює незабутні враження.

Основні переваги ленд-арту в контексті туристичної індустрії включають:

Унікальність: Ленд-арт є унікальним та характерним для кожного місця. Великі художні композиції, створені у природних локаціях, стають візитною карткою регіону та приваблюють туристів, які прагнуть побачити щось нове та особливе.

Зв'язок з природою: Ленд-арт використовує природні матеріали та елементи, що сприяє збереженню природної середовища та стимулює інтерес до природи. Він нагадує туристам про важливість охорони природи та біорізноманіття.

Туристичні маршрути: Ленд-арт може бути використаний для створення туристичних маршрутів та маркерів, що охоплюють різні локації з художніми композиціями. Це спонукає туристів досліджувати різні природні об'єкти та взаємодіяти з мистецтвом.

Інтерактивність та залучення: Деякі ленд-арт проекти можуть бути інтерактивними, дозволяючи відвідувачам взаємодіяти з ними. Це створює неповторний досвід та заохочує туристів брати активну участь у створенні мистецтва.

Розвиток місцевої культури та економіки: Реалізація проектів ленд-арту може сприяти розвитку місцевої культури, залученню художників, ремісників та місцевих громад. Це створює нові можливості для місцевих жителів та сприяє економічному зростанню.

Популяризація ленд-арту в туристичній індустрії може допомогти привернути нових туристів, збільшити кількість перебування та створити унікальні туристичні пропозиції. Це вимагає співпраці між художниками, туристичними організаціями, місцевими владами та іншими зацікавленими сторонами для створення та просування ленд-арт проектів.

Основні перспективи популяризації ленд-арту як інструменту туристичної індустрії включають наступні аспекти:

1. Поєднання мистецтва та природи: Ленд-арт дозволяє створювати унікальні твори мистецтва, використовуючи природні елементи як матеріали. Це привертає туристів, які бажають насолоджуватися красою природи та водночас насолоджуватися мистецтвом.
2. Екологічна свідомість: Ленд-арт спонукає до роздумів про взаємодію людини з природою. Туристи, які цікавляться екологією та сталим розвитком, можуть бути зацікавлені в екологічних інсталяціях та проектах ленд-арту, які нагадують про важливість охорони природи.
3. Культурний обмін: Ленд-арт проектами можна відображати місцеву культуру, історію та традиції. Вони стають платформою для культурного обміну між місцевими жителями та туристами, сприяючи зближенню та взаєморозумінню.

4. Розвиток туристичної інфраструктури: Ленд-арт проекти можуть використовуватися для розвитку туристичної інфраструктури, включаючи створення парків, трас для прогулянок та перегляду ленд-арту, а також музеїв під відкритим небом. Це може привернути більше туристів та стимулювати розвиток локальної економіки.
5. Фотографічний потенціал: Ленд-арт зазвичай створює вражаючі та естетично привабливі об'єкти, які стають найпопулярнішими об'єктами для фотографування. Туристи, які перебувають у таких місцях, будуть ділитися своїми фотографіями у соціальних мережах, що допоможе привернути увагу більшої кількості людей до ленд-арту.

Зростання інтересу до екологічного туризму та альтернативних форм відпочинку також сприяє популяризації ленд-арту. Цей вид мистецтва може стати важливим інструментом туристичної індустрії, привертаючи нових відвідувачів, сприяючи екологічній свідомості та розвитку місцевих громад.

У контексті популяризації туристичної індустрії, ленд-арт може виконувати кілька важливих ролей. Ось деякі складові ленд-арту, що допомагають популяризації туризму:

Естетика та привабливість. Ленд-арт може створювати захоплюючі та вражаючі візуальні композиції, які привертають увагу туристів. Великі масштаби, незвичайні форми та використання природних матеріалів роблять такі твори привабливими для фотографування та спостереження.

Взаємодія з природною середою. Ленд-арт може бути інтегрований безпосередньо в природну среду, використовуючи природні об'єкти, такі як гори, водойми, дерева тощо. Це дозволяє туристам взаємодіяти з природою на новому рівні та відчувати близькість до неї.

Розміщення у туристичних місцях. Створення ленд-арту в туристичних місцях може стати додатковим приводом для туристів відвідати цю локацію. Такі

твори можуть створюватися на пляжах, парках, гірських масивах або біля історичних пам'яток, надаючи туристам додаткову причину завітати туди.

Інтерактивність. Деякі ленд-арт інсталяції можуть бути інтерактивними, що дозволяє туристам взаємодіяти з ними. Наприклад, це може бути майданчик для гри чи виставка, де відвідувачі можуть почувати себе частиною твору мистецтва.

Соціальна медіа. Захоплюючі фотографії та відео ленд-арт творів поширюються швидко через соціальні медіа, що допомагає популяризувати не тільки самі твори, але й місця, де вони знаходяться. Туристи, які діляться своїми враженнями та зображеннями в Інтернеті, сприяють привертанню уваги нових туристів.

Ленд-арт може створювати унікальні та незабутні враження для туристів, а також сприяти розвитку туристичної індустрії, залучаючи нові аудиторії та створюючи інтерес до конкретних місць.

Основні перспективи популяризації ленд-арту як інструменту туристичної індустрії є обнадійливими та відкривають нові можливості для розвитку туризму. Надаючи естетичне задоволення і створюючи унікальні враження, ленд-арт привертає увагу широкого кола туристів і сприяє збільшенню їхнього потоку до конкретних локацій. Це може призвести до зростання туристичного сектора, стимулювати розвиток туристичної інфраструктури та покращення якості обслуговування. Крім того, ленд-арт може викликати підвищений інтерес до місцевої культури та спадщини, сприяючи освіті та розумінню місцевих традицій. Залучення туристів до місць з ленд-артом також сприяє розвитку місцевої економіки, створюючи нові робочі місця та збільшуючи прибуток для місцевих громад. В цілому, ленд-арт виступає як потужний інструмент для популяризації туристичних об'єктів та стимулювання туристичної індустрії, сприяючи розвитку регіонів та прилученню уваги до їх культурного спадку.

2.3 Імплементация маркетингових інструментів популяризації ленд-арту

У маркетингу культури і мистецтва дуже часто доводиться мати справу з моделлю, де вже існує готовий продукт і потрібно знайти споживача цього продукту - тобто аудиторію, здатну оцінити його. Зокрема, ця модель типова для роботи філармоній: існує музичний твір, написаний композитором. Симфонічний оркестр, камерний ансамбль або будь-який інший колектив музикантів розучують цей твір і пропонують публіці. Як би не були важливі якість виконання, його диригентська або виконавська інтерпретація, все це може істотно змінити "продукт", і "споживати" його буде саме та публіка, а не інша.[12]

Маркетингові стратегії в культурі включають широкий спектр підходів та методів, спрямованих на просування культурних продуктів та послуг, залучення аудиторії та підвищення рівня обізнаності про них. Такі стратегії допомагають підтримувати та розвивати культурний сектор, залучати нових прихильників та забезпечувати фінансову стабільність. Ось кілька ключових маркетингових стратегій, які використовуються в культурі:

1. *Сегментація аудиторії.* Цей підхід передбачає поділ аудиторії на різні сегменти залежно від їх інтересів, вікових груп, демографічних характеристик та інших факторів. Це дозволяє культурним організаціям налаштувати свою комунікацію та маркетингові активності, щоб краще відповідати потребам кожного сегменту аудиторії.
2. *Розвиток бренду.* Створення сильного бренду є важливим елементом маркетингової стратегії в культурі. Культурні організації повинні визначити свої унікальні цінності, повідомити про них свою аудиторію та створити пізнаваний бренд, який привертає увагу та стимулює інтерес до їх культурних продуктів.

3. *Комунікаційна стратегія.* Культурні організації повинні активно використовувати різні канали комунікації, такі як соціальні медіа, веб-сайти, прес-релізи, електронна пошта та інші, для спілкування зі своєю аудиторією. Важливо розробити ефективні повідомлення та контент, щоб зацікавити і залучити цільову аудиторію.
4. *Партнерства та спонсорство.* Укладання партнерських угод та спонсорських зв'язків з іншими культурними організаціями, бізнесом, урядовими установами та іншими зацікавленими сторонами може бути важливим елементом маркетингової стратегії. Це дозволяє розширити аудиторію, отримати фінансову підтримку та забезпечити доступ до нових ресурсів.
5. *Події та активності.* Організація культурних подій, виставок, концертів, фестивалів та інших активностей є ефективним способом привернути увагу та залучити аудиторію. Такі події створюють можливість для взаємодії з аудиторією, розширення мережі контактів та підвищення свідомості про культурні продукти.

Використання алгоритмів імплементації маркетингових інструментів популяризації у культурі є важливим для просування культурних продуктів, приваблення аудиторії та забезпечення фінансової стійкості. Ефективна маркетингова стратегія може допомогти культурним організаціям зростати та розвиватися, залучати нових шанувальників та сприяти подальшому розширенню культурної сфери.

Через малу поширеність маркетингових ідей і відсутність спеціально зафіксованого досвіду маркетингової діяльності, керівники більшої частини культурно-дозвіллевих закладів займаються цією діяльністю частіше за все на емпіричному рівні, покладаючись лише на власний досвід.

Але те, що стосується безпосередньо виробництва продуктів і послуг культури, то керівники досить ясно і чітко не уявляють собі нові вимоги, що

стоять перед керівництвом підприємств і закладів. Адже під їх безпосереднім керівництвом формуються трудові колективи підприємств і закладів культури, ведеться робота з кадрами, розробляються щорічні бюджети і кошториси очолюваних ними будинків культури, парків культури і відпочинку, музеїв, центрів дозвілля.[13]

Алгоритми імплементації маркетингових інструментів популяризації ленд-арту можуть бути ефективним способом залучення уваги та привернення аудиторії. Ось кілька ключових маркетингових інструментів, які можна використовувати для просування ленд-арту:

Візуальне спілкування. Ленд-арт є візуальним мистецтвом, тому важливо використовувати візуальні засоби комунікації для привертання уваги аудиторії. Веб-сайти, соціальні медіа, фотографії та відео можуть бути використані для показу незабутніх та вражаючих ленд-арт проектів, що стимулює інтерес та бажання відвідати місця, де вони знаходяться.

Співпраця з туристичними організаціями та іншими зацікавленими сторонами. Укладання партнерських угод та співпраця з туристичними організаціями, готелями, туристичними операторами та іншими зацікавленими сторонами може допомогти розповсюдженню інформації про ленд-арт та його привабливість для туристів. Спільні маркетингові кампанії, включення ленд-арту до туристичних маршрутів та пакетів, а також рекламні акції можуть допомогти привернути увагу туристів до ленд-арту.

Залучення місцевої спільноти. Ленд-арт може бути чудовою можливістю для взаємодії з місцевою спільнотою. Залучення місцевих художників, резидентів та волонтерів до створення та підтримки ленд-арт проектів може створити почуття приналежності та гордості серед місцевих жителів. Це може сприяти поширенню інформації про ленд-арт у місцевих громадах та привернення уваги туристів.

Організація ленд-арт фестивалів та подій. Влаштування ленд-арт фестивалів та подій може бути ефективним способом привернути увагу як місцевих жителів, так і туристів. Це дає можливість відвідувачам побачити різні ленд-арт проекти на одному місці та отримати більш повне враження про їх розмаїття та креативність.

Освітня програма та гідовані екскурсії. Важливо надати публиці інформацію про ленд-арт, його значення та історію. Організація освітніх програм, лекцій та гідованих екскурсій може допомогти підвищити свідомість та розуміння ленд-арту серед туристів та гостей.

Застосування алгоритмів імплементації маркетингових інструментів популяризації ленд-арту допоможе привернути увагу широкої аудиторії, залучити туристів та сприяти розвитку туристичної індустрії. Варто пам'ятати, що успішна маркетингова стратегія має бути доповнена належним управлінням та збереженням ленд-арту, щоб забезпечити тривалу привабливість та доступність цього виду мистецтва для туристів.

Алгоритми імплементації маркетингових інструментів відіграють важливу роль в популяризації ленд-арту і сприяють досягненню успіху на ринку мистецтва. Застосування правильних маркетингових підходів допомагає привернути увагу цільової аудиторії, створити позитивне сприйняття ленд-арту і залучити більше клієнтів.

Як один з алгоритмів імплементації маркетингових інструментів популяризації можна привести в приклад мою особисту волонтерську діяльність на Міжнародному щорічному ленд-арт симпозіумі “Простір покордоння”. У 2021 році в селі Могриця Сумської області було проведено 24-й міжнародний ленд-арт симпозіум. Я відвідала цей симпозіум перший раз у якості волонтера, а не просто відвідувача. Переді мною були поставлені такі задачі як: допомога в організаційних питаннях(допомога в встановленні та демонтажі виставкових об'єктів, підтримка в оформленні простору, надання

допомоги відвідувачам під час перегляду виставки); фотодокументація(Додаток); допомога митцям у створенні ленд-арт проєкті за нагоди; допомога в створенні стендів; облік людей також участь в організації фотовиставки яка відбувається щорічно після проведення симпозіуму, для людей які не мали можливості побачити ленд-арт вживу.(Додаток Г)

Волонтерство на ленд-арт симпозіумі може дати вам можливість набути цінного досвіду в організації подій, спілкування з митцями та фахівцями у сфері ландшафтного мистецтва, а також насолодитися самим процесом створення та спостереження за творчістю учасників. Якщо ви зацікавлені волонтерством на такому події, рекомендую зв'язатися з організаторами симпозіуму в Могриці для отримання детальнішої інформації та висловити свою готовність допомогти.

Одним із ключових аспектів маркетингових стратегій є розуміння цільової аудиторії. Дослідження ринку дозволяє виявити потреби, інтереси і побажання потенційних клієнтів, що дозволяє зрозуміти, яким чином просувати ленд-арт до цільової аудиторії. Важливо розробити спеціальні стратегії, спрямовані на задоволення потреб цільової аудиторії та створення унікальної пропозиції.

Ефективність маркетингових стратегій також залежить від використання різних каналів комунікації. Інтернет, соціальні медіа, виставки, відкриті презентації та інші засоби комунікації можуть бути використані для привертання уваги до ленд-арту. Спрямовані маркетингові кампанії, які використовують різні канали, допомагають збільшити вплив і досягти більшої видимості.

Необхідно також звернути увагу на брендування і позиціонування ленд-арту на ринку. Створення визначеної іміджевої концепції, яка відображає унікальність та цінність ленд-арту, допомагає залучити увагу цільової аудиторії та відокремитися від конкурентів.

Остаточо, алгоритми імплементації маркетингових інструментів популяризації ленд-арту ґрунтуються на розумінні потреб індивідуальних клієнтів,

використанні різних каналів комунікації і ефективному брендуванні. Відповідно до цього, компанії, що виробляють ленд-арт, повинні ретельно розробляти свої маркетингові стратегії з метою досягнення успіху на ринку та залучення більшої аудиторії.

Висновки до 2-го розділу

Ленд-арт відіграє значну роль у популяризації туристичної індустрії. Його художні елементи, розташовані в природному середовищі, створюють унікальні туристичні продукти, які привертають увагу та надають неповторні враження відвідувачам. Ленд-арт також є важливим засобом підвищення освіченості про місцеву культуру та спадщину, сприяючи їх розумінню та цінуванню. Більш того, ленд-арт може залучати туристів у віддалені регіони та збільшувати доходи для місцевих громад, сприяючи розвитку туризму та економіки. Отже, ленд-арт має великий потенціал для популяризації туристичної індустрії та сприяння розвитку туризму в різних регіонах.

ВИСНОВКИ

У цій дипломній роботі досліджено роль ленд-арту як інструменту популяризації туристичної індустрії. Результати дослідження підтверджують, що ленд-арт має великий потенціал у прилученні туристів та привертанні їх уваги до конкретних туристичних місць.

Ленд-арт, поєднуючи елементи мистецтва та ландшафтного дизайну, створює неповторну візуальну естетику, яка приваблює туристів. Він додає унікальності та привабливості туристичним локаціям, створюючи незабутні враження. Ленд-арт також допомагає передати місцеву культуру та спадщину, що сприяє збільшенню знання туристів про регіон та підвищує значення культурного туризму.

Окресливши певні тенденції розвитку екологічного мистецтва, можемо виокремити два основні його напрямки: перший – це скульптури і арт-об’єкти, створені із залученням новітніх технологій, що мають на меті актуалізувати еко-проблематику. Розташовані насамперед у мегаполісах чи великих промислових центрах або виставкових просторах, такі об’єкти здебільшого гостро й відверто порушують проблему руйнування довкілля. Другий напрямок – це об’єкти ленд-арту, які художники створюють насамперед у гармонії з природою, з еко-матеріалів, природних ресурсів, максимально залучаючи естетику середовища. Такі об’єкти здебільшого є недовговічними та акцентують на філософських питаннях балансу людини і природи, всесвіту та короткотривалості буття. Однак, тим не менше, ці два напрямки є рівноцінними та надзвичайно актуальними в динамічних мистецьких процесах XXI ст., а також мають значний потенціал і перспективи подальшого розвитку з огляду на постійне зростання екологічної проблематики в сучасному світі.

Основні перспективи популяризації ленд-арту в туристичній індустрії полягають у залученні більшої кількості туристів, розвитку туристичної інфраструктури, сприянні розвитку місцевої економіки та підвищенні рівня

освіти та свідомості про культурне наслідування. Ленд-арт стимулює розвиток туризму як сфери економічного зростання, сприяє створенню нових робочих місць та підвищує якість обслуговування для туристів.

З урахуванням вищезазначених факторів можна стверджувати, що ленд-арт є потужним інструментом популяризації туристичної індустрії. Використання ленд-арту в туризмі допоможе привернути більше туристів, збільшити туристичний потік, розвинути місцеву економіку та підвищити культурну свідомість та освіченість серед туристів.

Проте, для ефективної популяризації ленд-арту важливо забезпечити належне управління, збереження та просування цих творів мистецтва. Розробка маркетингових стратегій, співпраця з місцевими органами влади та зацікавленими сторонами, а також залучення експертів з мистецтва та туризму можуть сприяти успішній реалізації потенціалу ленд-арту як інструменту популяризації туристичної індустрії.

У подальших дослідженнях рекомендується проводити більш детальний аналіз впливу ленд-арту на туристичну індустрію, досліджувати його роль у розвитку сталого туризму та досліджувати перспективи застосування ленд-арту у різних туристичних контекстах.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Скляренко Г. Ленд-арт [Електронний ресурс] / Г. Скляренко // Енциклопедія сучасної України. – 2016. – Режим доступу до ресурсу: <https://esu.com.ua/article-54230>.
2. Шевчук А. СЕРГІЙ ЯКУНІН: “ЛЕНД-АРТ – ЦЕ ВИШУКАНИЙ ПРОДУКТ І НЕ КОЖНОМУ ПІД СИЛУ РОЗІБРАТИСЯ В ЙОГО НЮАНСАХ” [Електронний ресурс] / А. Шевчук // Антиквар. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://antikvar.ua/sergij-yakunin-lend-art/>.
3. Гальчінська О. С. АНАЛІЗ ТВОРЧОСТІ ПРОВІДНИХ МИТЦІВ ЛЕНД-АРТУ ХХ СТОЛІТТЯ / О. С. Гальчінська, К. О. Гамалія, К. Л. Пашкевич. – 2019. – №3.
4. Що таке ленд-арт? [Електронний ресурс] // ВеликаІдея. – 2011. – Режим доступу до ресурсу: <https://biggggidea.com/practices/391/>.
5. Ленд-арт. Мистецтво в природних ландшафтах [Електронний ресурс]. – 2021. – Режим доступу до ресурсу: <https://md-eksperiment.org/post/20210901-lend-art-mistectvo-v-prirodnih-landshaftah>.
6. ЗАКОН УКРАЇНИ Про туризм [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text>.
7. Лось Н. І. Сучасний стан та тенденції розвитку туризму: світовий та національний досвід [Електронний ресурс] / Н. І. Лось. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: http://library.zp.edu.ua/bibliograf_pokaz/tourism_development.pdf.
8. Букліна П. Філософія мистецтва ленд-арту [Електронний ресурс] / П. Букліна. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://jrnl.nau.edu.ua/index.php/Design/article/download/17227/24550>.
9. Земля як матеріал [Електронний ресурс] // ArtHuss. – 2018. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.arthuss.com.ua/books-blog/181129>.

10. Ленд-арт як пошук природної гармонії [Електронний ресурс] // 2022 – Режим доступу до ресурсу: <https://www.calameo.com/books/00665456436e7e3634aaa>.
11. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги [Електронний ресурс] / С. Кириченко // Українська правда. – 2022. – Режим доступу до ресурсу: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/>.
12. Маркетингові стратегії та процес відтворення у сфері культури [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: https://stud.com.ua/42699/menedzhment/marketingovi_strategiyi_protse_vidtvorennya_sferi_kulturi.
13. Маркетинг в соціально-культурній сфері [Електронний ресурс]. – 2002. – Режим доступу до ресурсу: <https://kmaecm.edu.ua/wp-content/uploads/2021/06/podkujko-n.d.-kizner-n.o.-2002-marketynng-v-soczialno-kulturnij-sferi.pdf>.
14. Інформаційна сторінка Міжнародного ленд-арт симпозиуму в селі Могриця: https://www.facebook.com/Mohrytsya/?locale=uk_UA

ДОДАТКИ



Додаток А

Геогліфи Наски



Додаток Б

Роберт Смітсон. “Спіральна пристань”



Додаток В

Педро Марцораті “Де припливи і відпливи”



Додаток Г

Волонтерська робота на Міжнародному щорічному ленд-арт симпозиумі в с. Могриця (розробка стенду)





Додаток Г

Волонтерська робота на Міжнародному щорічному ленд-арт симпозиумі в с. Могриця (фотозвіт)