

УДК 338.486:75.05

Редько В. Є.*к.е.н., доц., доцент кафедри менеджменту**та туристичного бізнесу*

E-mail: v1karedko@ukr.net

Герасько М. Д.*студентка**Дніпропетровський національний університет**імені Олеся Гончара*

E-mail: rita_gerasko@mail.ru

ВИКОРИСТАННЯ ОБ'ЄКТІВ ГРАФІТІ В ТУРИЗМІ

Статтю присвячено можливостям використання об'єктів графіті в туристичному сервісі, які полягають у включенні легальних графіті в туристичні маршрути. Вивчено зарубіжний досвід застосування графіті в туристичному обслуговуванні. Досліджено туристичну привабливість графіті, обслуговування якого в туристичній діяльності дозволить створити новий туристичний продукт, спрямований на задоволення когнітивних потреб сучасних туристів. Визначено перспективи та проблеми розвитку графіті-турів. Наголошено, що просування на туристичний ринок графіті як об'єктів туристичного інтересу вимагає підтримки держави, громадськості та суб'єктів туристичного бізнесу. Наукова новизна дослідження полягає у визначенні туристичної привабливості графіті (муралів) та використанні їх при формуванні туристичного маршруту, результатом чого стала розробка екскурсійного маршруту «Графіті! Лови момент!», спрямованого на ілюстрацію найцікавіших об'єктів графіті м. Дніпро, що мають філософський, патріотичний і символічний зміст.

Оскільки графіті служить об'єктом туристичного інтересу і може активно використовуватись при формуванні програм турів, тому подальших досліджень вимагає обґрунтування їх включення до перспективних туристичних напрямів та формування конкурентоспроможності графіті-турів на туристичному ринку.

Ключові слова: *графіті, мурал, туристична привабливість, стріт-арт, туристичний маршрут, туристичний об'єкт.*

Постановка проблеми. Екстенсивна стадія життєвого циклу туризму в Дніпропетровській області в період економічної нестабільності країни, зростання цін та зниження доходів громадян вимагає постійного розширення використання власних туристичних ресурсів при збереженні низької ціни на регіональний туристичний продукт. Його позиціонування в області та за її межами обмежується промисловим [1] та етнографічним [2] видами туризму, що пов'язане з індустріальним минулим і сучасним Дніпропетровської області та включенням Петриківського розпису ЮНЕСКО до Списку нематеріальної культурної спадщини людства. Оцінюючи туристсько-екскурсійний потенціал області, варто сказати про безліч невикористаних можливостей розвитку спеціалізованих видів туризму та нових екскурсійних маршрутів, які вимагають інноваційного, креативного підходу до їх позиціонування на ринку.

Останнім часом об'єктом суспільного інтересу є графіті, цікавість до яких варто використати в туристсько-екскурсійній діяльності. Графіті (з італійської *grafficare* – надряпані) за словником іншомовних слів – це «1. Стародавні написи й малюнки різного змісту, зроблені гострими предметами на посудинах, пряслицях, стінах споруд тощо. 2. Вид вуличного мистецтва – покриття стін надписами і малюнками» [3]. Зараз в мережі Інтернет як синонім «графіті» використовують термін «мурал», під яким розуміють малюнок з символічним підтекстом, або робота на замовлення.

Аналіз останніх досліджень і публікацій свідчить, що графіті в науковій літературі приділялося багато уваги серед фольклористів, архітекторів, антропологів, соціологів, проте до теперішнього часу графіті як об'єкти туристичного інтересу вивчені недостатньо. Так, Є. Кузнєцова, та Л. Сосновських розуміють під графіті нове молодіжне трактування прикрашання міської забудови, що торкається всього спектру соціальних й культурних питань [4, С. 164]. А. Акаймова, Г. Цуканова розглядають

графіті як сучасний засіб рекламних технологій [5, 6], а Є. Бажкова, М. Лур'є, К. Шумов – як феномен молодіжних субкультур, важлива особливість якого полягає в нерозумінні зображеного «для непосвячених каналом комунікації» [7]. К. Станіславська відзначає культурно-мистецьку форму графіті як художнього самовираження в світі [8], що дозволяє трактувати його як об'єкт туристичного інтересу. Проте туристсько-екскурсійна привабливість графіті залишаються поза увагою науковців.

Урбаністичний характер та національна, патріотична, творча спрямованість об'єктів графіті викликає до них неоднозначне ставлення суспільства через емоційне сприйняття зображень, що здійснюються в просторі міста непрофесійними художниками і часто є незрозумілими пересічним громадянам. Класичне мистецтво графіті передбачає використання аерозольної фарби, проте відомо, що в сучасному графіті використовують і маркери, і вогнегасники, і пульверизатори, і валики як інструменти нанесення витворів. Окрім цього з'явилося багато спеціальних технік малювання: трафаретна, екографіті або зелене графіті, техніка «чистого тегінгу», «постер-арт», мозаїчна техніка. Ці особливості виокремлюють роботи графітерів одна від одної та роблять їх ще цікавішими для потенційних туристів. Таким чином, до **невирішених проблем** слід віднести можливості та проблеми використання графіті в туристичній діяльності Дніпропетровської області, виявлення характерних особливостей організації графіті-турів.

Основною **метою статті** є обґрунтування доцільності використання графіті в туристичному обслуговуванні.

Викладення основного матеріалу дослідження. Графіті відноситься до одного з видів сучасного мистецтва стріт-арт, що з'явився у двадцятих роках ХХ століття. Вуличне мистецтво є невід'ємною частиною культури сучасності та міського образу життя, що викликають живий

інтерес у туристів, а тому виступає невід'ємною складовою досліджень в туризмі. Слід зазначити, що розрізняють нелегальне та легальне графіті. Графіті в недозволених місцях вважається нелегальним, і зіпсування майна малюнками карається законом.

Все ж таки яскравість та унікальність цього виду сучасного мистецтва стимулює державу та підприємницькі структури до відведення місць під графіті, відкриття галерей, проведення спеціальних виставок, аукціонів та спеціалізованих магазинів творів художників вуличного мистецтва. Графіті, розміщене в таких зонах, є легальним, і саме воно виступає об'єктом туристичного інтересу. Так, в Колумбії проводиться цікава екскурсія шедевралями графіті, яку проводить вуличний митець Кріспа за співпраці з турагенцією [9]. В Мельбурні турагенції пропонують екскурсії таємничими готичними вуличками, що майорять графіті, які постійно змінюються. Спеціально під ці мурали в Сідней побудовано тунель графіті, в Нью-Йорку – арт-виставкову площу, а в Празі виділено освітлену вночі вулицю [10]. Мода на графіті спонукає відомі бренди, такі як BMW, Google, Disney та інші використовувати графіті-рекламу, яка відзначається масштабністю, яскравістю та самобутністю і розміщується на спеціально орендованих площах.

Інтерес туристичного бізнесу до графіті викликаний, перш за все, його унікальністю та незвичністю, що в умовах вибагливості та трансформації суспільства дозволить задовольнити зростаючий попит на подорожі, спрямовані на внутрішній розвиток особистості, міжкультурну комунікацію, отримання знань, зростання інтелектуального потенціалу та нарощування креативності.

Місто Дніпро може похвалитися об'єктами графіті, що мають різну соціально-культурну спрямованість, ідею та невипадкове місце розташування. Хтось може вважати їх «маранням стін», а хтось сприймати як прояв мистецького таланту. Об'єкти графіті знаходяться в

найнеочікуваніших частинах міста, але кожний з малюнків завжди приємно дивує дослідників сучасного Дніпра.

Яскравим прикладом служить «Квартал мистецтв», що розмістився на набережній Перемоги. Цей проект був розпочатий у 2014 році громадською організацією «К12» з метою облаштування міста і створення нових визначних місць. Тут розташовано більше 20 арт-об'єктів, серед них, графіті малюнки, інсталяції та невеличка бібліотека. Особливої уваги заслуговують роботи графіті-художника Zdesroy, що відобразив Кобзаря силачем, здатним побороти словом будь-кого.

Організація «665» відома своїми символічними графіті. Наприклад, у Парку Лазаря Глоби є величезне графіті, на якому зображено тіло та чотири різні голови до нього. «Тіло» – це наче Україна, а чотири «голови» – різні варіанти розвитку її майбутнього. Одна голова виражає корупцію, жадібність та обмеженість у свободі й виборі, інша не може або боїться висловити свою думку, третя взагалі щось незрозуміле, а четверта – це дівчина у віночку, яка не здається й бореться з трьома іншими головами за волю, і наче каже: «Воля надихає». Цей твір змушує задуматись над майбутнім України та заохочує творити майбутнє власними силами й руками.

Заслуговує уваги графіті-галерея під відкритим небом, де на стінах можна зустріти твори таких митців стріт-арту, як Zdesroy, Anton Moek та інших. Велика кількість робіт у різних стилях, зібраних в одному місці, створює колорит міста та дозволяє поглянути на нього не тільки як на провідний індустріальний центр України. Проте ці витвори мистецтва залишаються поза увагою туристичних підприємств м. Дніпро і мало хто з пересічних громадян знає про їх місце знаходження. В той час як зміна мотивів подорожей вимагає створення нових проектів, просуванні їх на ринок та реалізації. Популяризацію графіті в Україні підтримують в різних її містах. З 2011 р. в м. Кам'янець-Подільську проводиться

фестиваль стріт-арту «Республіка», метою якого є привернення уваги громадськості до проблем маленьких міст та сприяння їх вирішення [11], а в жовтні 2015р. в м. Харків проведено фестиваль стріт-арту «Знаки Миру», метою якого було адаптація та інтеграція молоді Донбасу [12]. Так в літку 2016р. відбувся перший міжнародний Фестиваль сучасного мистецтва Mural Social Club, в якому взяло участь більше 30 художників з усього світу, що створили інсталяції муралі в Києві, Одесі, Чернігові [13]. Всі об'єкти, створені протягом фестивалів викликають неабиякі цікавість як у мешканців, так і гостей міст України.

Визнаючи різноманіття об'єктів графіті та їх різноспрямовану тематику в м. Дніпро, яскравість та унікальність, варто звернути увагу на перспективи їхнього включення в екскурсійну програму подорожей внутрішніх й іноземних туристів. Відомо, що однією з додаткових складових туристичного продукту є екскурсії, які за своїм значенням та сутністю дуже часто виступають головною або для МІСЕ туристів супутньою метою подорожі. Тому доцільним є розробка нового екскурсійного маршруту об'єктами графіті, спрямованого на соціальноактивного, мобільного туриста. Лінійний екскурсійний маршрут «Графіті. Лови момент!», наведений на рис. 1. Короткотривалість існування графіті обумовлює назву екскурсії, а її зміст, спрямований на розкриття характеру міста, особливостей його життя та настроїв.

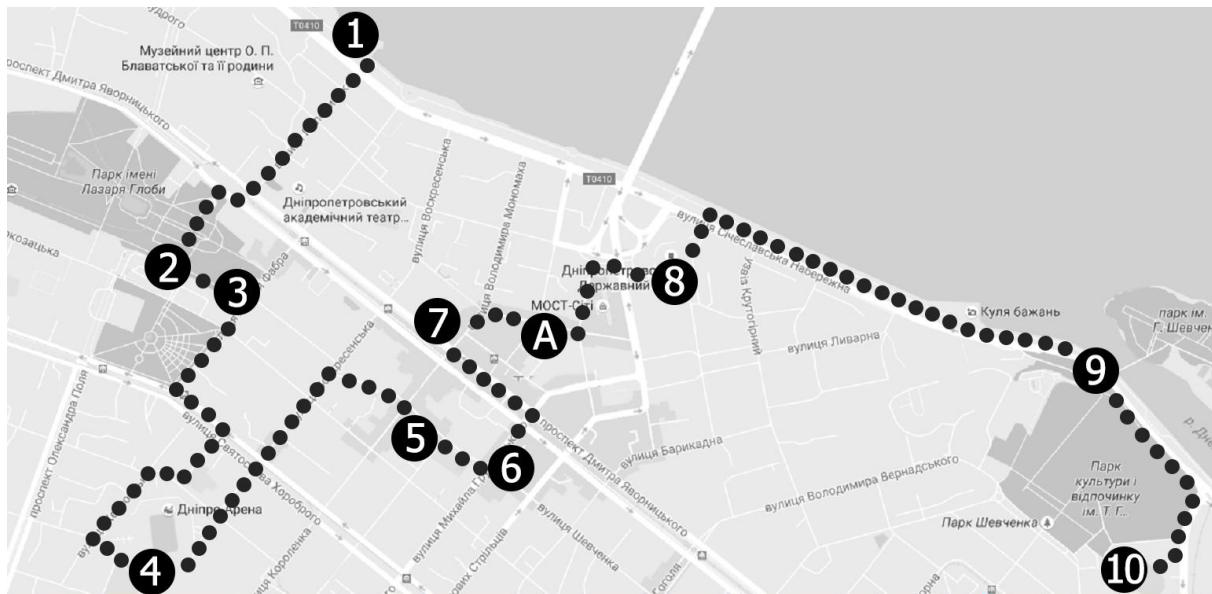


Рис.1. Маршрут екскурсії «Графіті! Лови момент!»

Маршрут включає десять основних об'єктів, та більше трьох додаткових. Розпочинається маршрут з «Кварталу мистецтв» (1), де привертають увагу різноманітні арт-об'єкти, а також графіті, із зображенням могутнього Тараса Шевченка. Другим пунктом зупинки екскурсантів є Парк Лазаря Глоби (2), який окрім цікавої власної історії, атракціонів може похвалитися графіті з символічним зображенням людського тіла з чотирма головами, описаного вище.

Символічне графіті, що з'явилося в Дніпрі за підтримки агенції ООН у справах біженців, зображує дівчину, яка сидить на будинку (3), а під ним процитовано вираз німецького письменника Крістіана Моргенштерна «Дім – це не там, де ти живеш, а там, де тебе розуміють». Малюнок символізує єдність, підтримку та інтеграцію переселенців та місцевої громади. Наступним об'єктом показу є стадіон Дніпро-арена (4), який часто включається до екскурсій спортивної або подієвої тематики. Тут можна побачити графіті, присвячене футбольному клубу «Дніпро». Наступне графіті знаходиться біля арт-центру «Квартира» за адресою вул. Троїцька, 2 (5), неподалік якого розташована галерея-книгарня «Чорна ящірка» та

галерея «Telega». Ці місця привертають увагу оцінювачів андеграундного мистецтва, тому що така концентрація творчих закладів в одному будинку рідко зустрічається. Графіті під назвою «Надія українця» має стати шостим об'єктом (6), що знаходиться на вул. Шевченка, 38. Поряд з ним розташовані художня галерея «ARTSVIT» та Художній музей, відвідування яких завдяки ефекту контрасту вплине на емоційне сприйняття графіті та взагалі залишить незабутні враження після екскурсії. Наступним об'єктом є лікар в образі супермена, що йде рятувати людство (7). Не дивлячись на його комерційний характер, цей мурал вартий уваги своєю неповторюваною технікою. Після півторагодинної перерви на Європейській площі (А) міста, група направлятиметься в бік міського цирку для зустрічі з намальованим героєм саги «Зоряні війни» - Дарт Вейдером в стилі графіті (8).

Монастирський острів відомий не тільки своєю історією та краєвидами, а й колористичним графіті об'єктом, на якому зображена українська дівчина у віночку, яка тримає на своєму волоссі весь український народ (9). Шлях до якого лежить найдовшою набережною в Україні, звідки екскурсанти можуть милуватися річкою Дніпро, побачити відомий житловий комплекс «Вежі», сфотографуватися біля скульптури «Я люблю Дніпро» та дізнатись багато цікавого про історичне минуле цього місця.

Остання зупинка екскурсії – це стадіон «Славутич» (8), на стінах якого знаходиться більше 10 творів графіті, завдяки чому це місце отримало назву «Графіті галерея під відкритим небом». Найцікавішими об'єктами тут є графіті на честь Жак-Іва Кусто, Майкла Джексона.

Унікальність графіті екскурсії полягає у їх постійному оновленні новими об'єктами, які через погодні умови та інші чинники зовнішнього середовища псуються та руйнуються. Зважаючи на складність технології відновлення легальних графіті, об'єкти мають постійно оновлюватися, або

створюватися заново. Це вимагає фінансування художників з боку спільноти туристичного підприємництва.

Важливо зазначити, що головною проблемою організації комерційних екскурсій графіті об'єктами є відсутність атестованих екскурсоводів з цієї тематики, а подальша акредитація спеціалістів туристичного супроводу в Дніпропетровській області є неможливою із-за відсутності акредитаційної комісії як такої. Тому саме кадрово-організаційна складова стає на заваді професійної підготовки тексту екскурсії, її технологічної карти, портфеля екскурсовода та іншої методичної документації, яка є необхідною для гідної демонстрації вуличного мистецтва.

Популяризація графіті-турів передбачає співпрацю з представниками туристичного бізнесу, вимагає підтримки органів державної влади на регіональному й місцевому рівнях, громадської підтримки в питаннях просування їх на ринок. Обов'язковою складовою маркетингової програми є створення спеціального Інтернет-ресурсу з простим дизайном та якісним контентом, участь графіті-художників у створенні регіонального туристичного бренду Дніпропетровщини. Реалізація таких турів дозволить отримати соціально-економічний ефект, який проявиться в забезпеченні прибутку, зростанні кількості легальних графіті, інтенсифікації молодіжного культурно-історичного туризму, який визначено одним із пріоритетних видів згідно з Рекомендаціями парламентських слухань на тему «Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України» [14].

Висновки. Таким чином, використання графіті в туристичній діяльності як привабливого ресурсу дозволить запропонувати інноваційний туристичний продукт з підкріпленням, спрямований на задоволення когнітивних потреб туристів, які чітко може визначити і відчувати організатор подорожей.

Завдяки різноманіттю об'єктів графіті в м. Дніпро створюються можливості для формування графіті-турів з урахуванням мотивів подорожей, віку, стилю життя туристів, тощо, та включення муралів в екскурсійні програми містом з культурної, пізнавальної, художньої, історичної тематики.

Системне використання графіті в туристичному бізнесі вимагає їх ознакування як туристичних об'єктів, стимулювання графіті-художників до легалізації їхньої діяльності, виділення стін та інших місць під об'єкти графіті, використання екологічних фарб, інформаційної та фінансової підтримки на макро-, мезо- та мікроекономічних рівнях туристичної системи.

В статті доведено, що об'єкти графіті можуть активно використовуватися при формуванні програм турів, тому подальших досліджень вимагає обґрунтування їх включення до перспективних туристичних напрямів та формування конкурентоспроможності графіті-турів на туристичному ринку.

Список використаних джерел

1. Смирнова Т.А. Петриківка як елемент брендування регіону. / Т.А. Смирнова // Вісник Дніпропетровського університету: серія Менеджмент інновацій: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: ДП «Видавництво ДНУ», 2013. – № 10/3. – Т. 21. – С. 32-35.

2. Мешко Н.П. Розвиток промислового туризму як напрям у міжнародному туристичному іміджі Дніпропетровського регіону / Н.П. Мешко, К.В. Карплюк // Вісник Дніпропетровського університету: серія Світове господарство і міжнародні економічні відносини: зб. наук. праць. – Дніпропетровськ: ДП «Видавництво ДНУ», 2015. – № 7. – Т. 23. – С. 40-47.

3. Словник іншомовних слів [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.jnsm.com.ua/cgibin/u/book/sis.pl?Qry=%E3%F0%E0%F4%B3%F2%B3&found=2&action=search>

4. Кузнецова Е.П. Граффити вчера, сегодня, завтра / Е.П. Кузнецова, Л.В. Сосновских// Вестник ПНИПУ. Строительство и архитектура. – Пермь: ПНИПУ- 2013 – № 1. – С.162-167.

5. Акаймова А.. Політична реклама як процес комунікації / А. Акаймова [Електронний ресурс]: Віче ІНФО. – 2011. – № 6. – Режим доступу: <http://www.viche.info/journal/2468/>. – Назва з титул. екрану.

6. Цуканова Г. Сучасне вуличне графіті як форма соціальної реклами [Електронний ресурс]: Український науковий журнал «Освіта регіону». – 2013. - № 1. – Режим доступу: <http://social-science.com.ua/article/1010>.

7. Бажкова Є. Міські графіті. / Є. Бажкова М. Лур'є, К. Шумов [Електронний ресурс]: Незалежний культурологічний часопис «І». – 2005. - № 38. – Режим доступу: <http://www.ji.lviv.ua/n38texts/graffiti.htm>.

8. Станіславська К.І. Історичний шлях розвитку графіті як культуро-мистецької форми сучасного міста / К.І. Станіславська // Актуальні проблеми історії, теорії та практик художньої культури: зб. наук. праць. – Вип. XXV. – К: Міленіум, 2010. – С.238-245.

9. The Medellin Graffiti Tour [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.toucancafe.co/medellin-tours/medellin-graffiti-tour/>

10. Места, где легализовано граффити [Электронный ресурс]. – 15.10.2014. – Режим доступа: <http://vivacity.ru/mesta-gde-legalizovano-spot-graffiti>. – Загл. с тит. экрана.

11. Сайт фестивалю «Республіка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://respublicafest.com/pro-festival>.

12. Фестиваль стрит-арта «Знаки мира» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://redcross.kharkov.ua/news/582>. – Загл. с тит. экрана.

13. В Украине проходит первый международный фестиваль стрит-арта [Электронный ресурс]. – 17.05.2016. – Режим доступа: <http://bit.ua/2016/05/street-art-fest/>. – Загл. с тит. экрана.

14. Постанова Верховної Ради України Про Рекомендації парламентських слухань на тему: "Розвиток туристичної індустрії як інструмент економічного розвитку та інвестиційної привабливості України" [Електронний ресурс]: Відомості Верховної Ради (ВВР), 2016, № 33, ст.580. – Режим доступа: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1460-19>.

References

1. Smyrnova T.A. (2013) Petrykivka jak element brenduvannja regionu [Petrykivka as an element of region's branding]. *Visnyk Dnipropetrovs'kogo universytetu. Serija: Menedzhment innovacij - Dnipropetrovsk University Bulletin. Series: Innovation Management*, Vol 21, 10/3, 32-35. [in Ukrainian].

2. Meshko N.P., Karpljuk K.V. (2015) Rozvytok promyslovogo turyzmu jak naprjam u mizhnarodnomu turystychnomu imidzhi Dnipropetrovs'kogo regionu [The development of industrial tourism as a trend in international tourist image of Dnipropetrovsk region]. *Visnyk Dnipropetrovs'kogo universytetu. Serija: Svitove gospodarstvo i mizhnarodni ekonomichni vidnosyn – Dnipropetrovsk University Bulletin. Series: World Economy and International Economic Relations*, Vol. 23, 7, 40-47. [in Ukrainian].

3. Slovnyk inshomovnyh sliv [The vocabulary of foreign words] (n.d.) Retrieved from: <http://www.jnsm.com.ua/cgi-bin/u/book/sis.pl?Qry=%E3%F0%E0%F4%B3%F2%B3&found=2&action=search> [in Ukrainian].

4. Kuznecova E.P., Sosnovskih L.V. (2013) Graffiti vchera, segodnja, zavtra [Graffiti yesterday, today, tomorrow]. *Vestnik PNIPU. Stroitel'stvo i arhitektura - Herald PNIPU, Building and Architecture*, 1, 162-167 [in Russian].

5. Akajomova A. (2011) Politychna reklama jak proces komunikacii' [Political advertisement as a process of communication] *www.viche.info*. Retrieved from: <http://www.viche.info/journal/2468/> [in Ukrainian].
6. Cukanova G. (2013) Suchasne vulychne grafiti jak forma social'noi' reklamy [A modern street graffiti as a form of social advertisement]. *Ukrai'ns'kyj naukovyj zhurnal «Osvita regionu»* - Ukraine science magazine «Education of region», 1 Retrieved from: <http://social-science.com.ua/article/1010> [in Ukrainian].
7. Je. Bazhkova M. Lur'je, K. Shumov (2005) Mis'ki grafiti. [Urban Graffiti]. *Nezalezhnyj kul'turologichnyj chasopys «I'»* - *The Independent cultural magazine «Ji»*, 38 Retrieved from: <http://www.ji.lviv.ua/n38texts/grafiti.htm> [in Ukrainian].
8. Stanislavs'ka K.I. (2010) Istorychnyj shljah rozvytku grafiti jak kul'turo-mystec'koi' formy suchasnogo mista [Historical way of development graffiti as a cultural-art form of modern city]. *Aktual'ni problemy istorii', teorii' ta praktykhyhudozhn'oi' kul'tury* - *Actual problems of history, theory and culture of artistic practices*, XXV, 238-245. [in Ukrainian].
9. The Medellin Graffiti Tour (n.d.) <http://www.toucancafe.co>. Retrieved from: <http://www.toucancafe.co/medellin-tours/medellin-graffiti-tour/> [in English].
10. Mesta, gde legalizovano grafiti (2014) [Places where graffiti is legalized] <http://vivacity.ru>. Retrieved from: <http://vivacity.ru/mesta-gde-legalizovano-spot-graffiti>. [in Russian].
11. Sait Festivalu «Respublika» [Website of the festival «Republic»] (n.d.). hrespublicafest.com. Retrieved from: <http://respublicafest.com/pro-festival>. [in Ukrainian].
12. Festival strit-arta «Znaki mira» [Festival of street-art «Peace signs»] (n.d.). redcross.kharkov.ua. Retrieved from: <http://redcross.kharkov.ua/news/582>. [in Ukrainian].

13. V Ukraine prohodit pervyiy mezhdunarodnyiy festival strit-arta [In Ukraine will be the first international festival of street-art] (2016) *bit.ua*. Retrieved from: <http://bit.ua/2016/05/street-art-fest/>. [in Russian].

14. Postanova Verhovnoї Radi Ukraїni Pro Rekomendacii parlaments'kih sluhan' na temu: «Rozvitok turistichnoї industriї jak instrument ekonomichnogo rozvitku ta investicijnoї privablivosti Ukraїni» [The Resolution of the Verkhovna Rada of Ukraine On holding parliamentary hearings on «The development of tourism industry as an instrument of economic development and investment attractiveness of Ukraine»] (2016) *Vidomosti Verhovnoї Radi - [Gazette of Verhovna Rada]*, 2016, 33, 580. Retrieved from: <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1460-19>. [in Ukrainian].

РЕДЬКО В. Е., ГЕРАСЬКО М. Д. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБЪЕКТОВ ГРАФФИТИ В ТУРИЗМЕ.

Статья посвящена возможностям использования объектов граффити в туристическом сервисе, которые проявляются в включении легальных граффити в туристические маршруты. Изучен зарубежный опыт использования граффити в туристическом бизнесе. Исследована туристическая привлекательность граффити, использование которого в туристической деятельности позволит создать новый туристический продукт, направленный на удовлетворение когнитивных потребностей современных туристов. Определены перспективы и проблемы развития граффити-туров. Обращено внимание, что продвижение на туристический рынок граффити как объектов туристического интереса требует поддержки государства, общественности и субъектов туристического бизнеса. Научная новизна исследования состоит в определении туристической привлекательности граффити (муралов) и использовании их при формировании туристического маршрута, результатом чего стала разработка экскурсионного маршрута

«Граффити! Лови момент!», направленного на демонстрацию самых интересных граффити объектов г.Днепр, которые несут философский, патриотический и символический смысл. Поскольку граффити служит объектом туристического интереса и может активно использоваться при формировании программ туров, следовательно дальнейших исследований требует обоснование их отнесения к перспективным туристическим направлениям и формирование конкурентоспособности граффити-туров на туристическом рынке.

Ключевые слова: граффити, мурал, туристическая привлекательность, стрит-арт, туристический маршрут, туристический объект.

REDKO V., HERASKO M. USING GRAFFITI OBJECTS IN TOURISM

The article is devoted to the opportunities of using graffiti objects of the city Dnipro in tourist service. The meaning of opportunities is to include a legal graffiti in tour itineraries. Foreign experience in application of graffiti in tourist service was also studied. It has been explored, that the tourist attractions of graffiti will allow creating a new tourist product, which will be directed on satisfaction of modern tourist's cognitive needs. This paper examines possibilities and problems of the development graffiti tours. The author emphasizes that the promotion of graffiti as a tourist interest object in a tourism market requires support of the government, public and subjects of tourism business. A scientific novelty of research is to determine tourist attractions of graffiti (murals) and using them in forming tour itineraries. As a result, tour itinerary «Graffiti! Catch the moment! » has been created. This tour shows the most interesting objects of the city Dnipro, which have philosophical, patriotic and symbolic sense.

Due to the fact that graffiti is an object of tourist interests, it can be used actively in forming of tour programs. Further researches require a grounding of inclusion graffiti in perspective tourist destinations and forming competitive graffiti tours in a tourist market.

Key words: graffiti, mural, tourist attraction, street art, tour itinerary, tourist object.

Стаття надійшла до редакції 13.11.2016 р.

Авторська довідка

	Українською мовою	Англійською мовою
ПІБ/ Last name, first name	Редько Вікторія Євгенівна	Redko Viktoriia Y.
Науковий ступінь/ Scientific degree	к.е.н., доцент	Candidate of Economic Sciences
Вчене звання/ Scientific rank	доцент	Associate Professor
Посада/ Position	доцент кафедри менеджменту та туристичного бізнесу	Associate Professor at the Department of Management and Tourist Business
Установа/ Establishment	Дніпропетровський Національний Університет імені Олеся Гончара	Oles Honchar Dnipropetrovsk National University

	Українською мовою	Англійською мовою
ПІБ/ Last name, first name	Герасько Маргарита Дмитрівна	Herasko Marharyta D.
Науковий ступінь/ Scientific degree	-	-
Вчене звання/ Scientific rank	-	-
Посада/ Position	студентка	student
Установа/ Establishment	Дніпропетровський Національний Університет імені Олеся Гончара	Oles Honchar Dnipropetrovsk National University