



RASA RAČIŪNAITĖ-PAUŽUOLIENĖ

Vytauto Didžiojo universitetas, Lietuva
Vytautas Magnus University, Lithuania

NUO KULTŪRINIO TURIZMO IKI ŠIUOLAIKINIŲ MIESTO VESTUVIŲ

From Cultural Tourism to Modern City Weddings

SUMMARY

This article focuses on cultural tourism manifestations in the modern city weddings. On the basis of fieldwork material, the paper analyses the typology of cultural tourism in the modern city weddings and the influence of globalisation on the modern Lithuanian weddings. The main source of this article is the fieldwork material, collected by the author in 2006–2017, as well as daily newspapers, wedding booklets, and wedding organizers' websites. The article looks into the question of what the factors that promote cultural tourism in modern city's wedding are. There is a hypothesis that cultural and religious tourism promotes public secularization and the desire to experience „authentic“ experiences. The study has revealed that various types of cultural tourism ranging from education, heritage sites, performing art, rural environment, religious sites, contemporary pop culture, culinary, industry, to health and SPA visits prevail in modern city weddings. The manifestation of cultural tourism in urban weddings is an important tool for gaining new knowledge and authentic experiences, learning about the country's cultural, religious, historical heritage and identity.

SANTRAUKA

Straipsnio tikslas – išnagrinėti kultūrinio turizmo apraiškas šiuolaikinėse miesto vestuvėse. Keliami uždaviniai: ištirti kultūrinio turizmo tipologiją šių dienų miesto vestuvėse; atskleisti globalizacijos daromą įtaką šiuolaikinėms lietuvių vestuvėms. Pagrindinis darbo šaltinis – lauko tyrimų medžiaga, autorės surinkta 2006–2017 m. Be to, remtasi to meto periodika, vestuvių bukletais, vestuvių organizatorių tinklalapiais. Straipsnyje gvildinama, kokie veiksniai skatina kultūrinį turizmą šiuolaikinėse miesto vestuvėse. Keliami hipotezė, jog kultūrinį ir religinį turizmą skatina visuomenės sekularizacija ir noras patirti „autentiškus“ dalykus. Tyrimas atskleidė, kad šiuolaikinėse miesto vestuvėse vyrauja įvairūs kultūrinio turizmo tipai: nuo edukacijos, paveldo vietų, scenos meno, kaimiškų vietovių aplinkos, religinių vietų, šiuolaikinės populiarios kultūros, kulinarijos, industrijos iki sveikatingumo ir SPA vietų lankymo. Kultūrinio turizmo apraiškos miesto vestuvėse – svarbi priemonė siekiant įgyti naujų žinių, išgyventi autentiškas patirtis, pažinti šalies kultūrinį, religinį, istorinį paveldą bei tapatybę.

RAKTAŽODŽIAI: kultūrinis turizmas, šiuolaikinės vestuvės, Lietuvos miestas, globalizacija.

KEY WORDS: cultural tourism, modern weddings, Lithuanian city, globalization.

ĮVADAS

Kultūrinio turizmo fenomenas šiaudien aktualus gaivinant lokalią ir regioninę tapatybę, siekiant išsaugoti tautinio ir kultūrinio paveldo įvairovę. Neabejotina ir kultūrinio turizmo produktų reikšmė pritraukiant papildomų lėšų tradicinėms vietinių gyventojų veikloms bei jų kūrybiškumui skatinti.

Pastaruoju metu plačiai vartojamas *kultūrinio turizmo* terminas itin daugia-reikšmis. Vieni autoriai pabrėžia lokalias ir globalias kultūrinio turizmo perspektyvas (Richards 2011; 2007), skirtingų kultūrinio turizmo segmentų paklausą (McKercher, du Cros 2002), kiti – spar-tėjančią kultūrinio turizmo integraciją su kitais turizmo sektoriais – religiniu, ku-linariniu ir literatūriniu turizmu (Smith 2009). Šiandien kultūrinis turizmas atsinaujina naujomis formomis, tokiomis kaip kūrybinis arba patirtimi grįstas turizmas, dvasinis arba holistinis turizmas.

Pasaulyje egzistuoja daugybė kultūrinio turizmo apibrėžimų. Melanie Smith kultūrinį turizmą apibrėžia kaip „pasyvią, aktyvią ir interaktyvią veiklą, susijusią su kultūra, bendruomenėmis, per kurią lankytojai įgyja naujų edukacinių, kūrybinių ir / arba pramoginių patirčių“ (Smith 2009: 17). Remiantis šia sąvoka, straipsnyje nagrinėjamas kultūrinis turizmo reiškiny.

Mokslininkai pažymi, kad praeityje kultūrinis turizmas buvo labiau susijęs su elitine kultūra, o šiaudien jis apima daugelį populiariosios kultūros veiklų – „sportą, gyvąjį paveldą, dabarties nostalgiją ir „vietinių“ bendruomenių „kasdienybę“ (Richards 20011: 2). Jis apima

ne tik kasdienybę, bet ir įvairias miesto, kalendorines ar šeimos šventes. Kultūrinio turizmo hibridizacijos miesto šventėse pavyzdys – garsi Gegužės dienos šventė Oksforde, kuri kasmet pritraukia turistų iš viso pasaulio. Viduramžius menanti šventė išgyveno skirtingų istorinių epochų ir socialinių pokyčių įtaką. „Joje susipina kaimo ir miesto, ikirikščioniškos ir krikščioniškos kultūros sinkretizmas, dvarininkų ir miestiečių elitinio sluoksnio bei proletariato urbanistinės kultūros mišinys“ (Račiūnaitė-Paužuolienė 2013: 210). Šiaudien šioje šventėje darniai susilieja skirtingų epochų ir tradicijų klodai.

Straipsnyje siekiama atskleisti kultūrinio turizmo apraiškas šiuolaikinėse miesto vestuvėse. Keliami uždaviniai: ištirti kultūrinio turizmo tipologiją šiuolaikinėse miesto vestuvėse; atskleisti globalizacijos įtaką lietuvių vestuvėms. Pagrindinis straipsnio šaltinis – lauko tyrimų medžiaga, autorės rinkta 2006–2017 m. Siekiant išsamiau pažinti tyrinėjamą reiškinį, remtasi to meto periodika, vestuvių bukletais, vestuvių organizatorių tinklalapiais. Renkant empirinę medžiagą, naudoti struktūruotas ir pusiau struktūruotas interviu, anketavimas, stebėjimas. Surinktai etnografinėi medžiagai taikyti etnografinės medžiagos analizės ir interpretacinis metodai.

Straipsnyje gvildinama problema: kokie veiksniai skatina kultūrinį turizmą šiuolaikinėse miesto vestuvėse? Keliami hipotezė, jog kultūrinį ir religinį turizmą skatina visuomenės sekuliarizacija ir noras išgyventi „autentiškas“ patirtis.

KULTŪRINIO TURIZMO TIPOLOGIJA ŠIUOLAIKINĖSE VESTUVĖSE

Kultūrinio turizmo tyrinėtoja Melanie K. Smith pateikia išsamią kultūrinio turizmo tipologiją. Pagal jos sudarytą schemą, kultūrinis turizmas apima *paveldo vietas* (archeologinės vietos, miestai, paminklai, muziejai), *scenos meno vietas* (teatrai, koncertų salės, kultūros centrai), *virtualius menus* (galerijos, skulptūrų parkai, fotografijos muziejai, architektūra), *religines vietas* (katedros, šventyklos, piligrimų lankomos vietovės, dvasinės rekolekcijos), *kaimiškų vietovių aplinką* (kaimai, ūkiai, nacionaliniai parkai, ekologiniai muziejai), *čiabuvių bendruomenes ir jų tradicijas* (gentys, etninės grupės, mažumų kultūros), *menus ir amatus* (tekstilė, keramika, tapyba, skulptūra), *kalbą* (mokymo praktika), *kulinariją* (vyno testavimas, maisto pavyzdžių atranka, kulinarijos kursai), *industriją ir prekybą* (gamyklų lankymas, kasyklų, aludžių ir degtinės daryklų lankymas, kelionės kanalais), *šiuolaikinę populiariąją kultūrą* (populiarioji muzika, apsipirkimas, mada, žiniasklaida, dizainas, technologijos), *kūrybinę veiklą* (tapyba, fotografija, šokis) (Smith 2009: 17). Kiti autoriai išskiria dar keletą svarbių kultūrinio turizmo industrijos nišų: sveikatingumo ir SPA turizmą (Smith 2009), dvasinį ir holistinį turizmą (Norman 2012), savanorišką turizmą (Wearing 2001), edukacinį turizmą (Ritchie et al. 2003).

Šių dienų vestuvėse sutinkama daugelis čia išvardintų kultūrinio turizmo tipų. Siekiant nustatyti kultūrinio turizmo tipus ir jų apraiškas vestuvėse, pasitelkiami vestuvių šventės struktūros elementai: 1) mergvakaris arba bernvakaris; 2) bažnytinės ir / arba civilinės

santuokos ceremonija; 3) apžvalginė kelionė ir fotosesija; 4) vestuvių vaišės; 5) povestuvinė kelionė. Visur čia galima aptikti kultūrinio turizmo, o kai kuriuose iš jų ir religinio turizmo apraiškų.

Mergvakariai ir bernvakariai – sudėtinė vestuvių dalis, geriausiai atspindinti šiuolaikinės populiariosios kultūros turizmo tipą. Šiuolaikiniai mergvakariai – tai improvizuoti pramoginio pobūdžio vakarėliai su šou elementais, primenantys karnavalą. Daugelis jų yra teminio pobūdžio; pagal atskiras temas priderinta jų dalyvių apranga, šventės atributai, šukuosenos, siurprizai ir dovanos, netgi mergvakario šventės vieta. Merginos persirengia įvairiais personažais, jų laukia siurprizai, žaidimai, netikėtos užduotys, smulkios dovanėlės (Račiūnaitė-Paužuolienė 2012: 184). Minėtuose vakarėliuose atsiskleidžia šiuolaikinės visuomenės vartojimo rinka bei vartotojiškos nuostatos, ypač patrauklios jaunajai kartai, kuri jas priima norėdama naujomis raiškos priemonėmis išreikšti savo individualumą, modernų tapatumą. Bernvakariai, dažniausiai vykstantys gamtoje, pirtyse, labiau orientuoti į vyrišką sportinę veiklą. Jie susiję su ekstremaliais jaunuolių fizinės brandos išbandymais, karine disciplina, tam tikra vyriškumo mokykla. Minėtomis fizinės ištvermės reikalaujančiomis užduotimis, tam tikrais išbandymais šiuolaikiniai bernvakariai primena tradicinėje kaimo kultūroje egzistavusias iniciacijų arba „įrašymo į vyrus“ apeigas, kai jaunuolis buvo bandomas fizinės, psichologinės prievartos bei socialinės brandos patikrinimo veiksmais (Šaknys 1996: 116).

Kulinarinio turizmo apraiškų gausu tiek mergvakariuose, kur merginos renka įvairius saldumynus (pvz., mergvakario tortą), priderintus prie mergvakario temos, tiek bernvakariuose, kur gausiai vartojamas alkoholis (degtinė, alus, vynas, sidras, kokteiliai). Šiandien per vestuves ieškoma naujų raiškos formų, egzotiškų patiekalų ir gėrimų, naujų pojūčių. Neretai vestuvėse jaunavedžiai kartu su šventės svečiais, pasikvietę prancūzų šefą, patys gamina prancūzišką *krembriulė*. Per vestuves rengiami kulinarinio turizmo šou: kuriami molekuliniai kokteiliai, pakeičiamos gėrimų cheminės ir fizinės savybės, išgaunama skirtinga gėrimo tekstūra, spalva ir skonis (Jurgutytė 2016: 56). Taigi naujoje turistinėje aplinkoje plečiasi ir kinta turisto-vartotojo juslinis pasaulis; kulinarinio turizmo apraiškos tampa patirtimi grįstu produktu.

Apžvalginė kelionė. Po santuokos ritualo jau tampa tradicija jauniems su palyda vykti į trumpą apžvalginę kelionę po jų gyvenamosios vietovės – miesto ar miestelio – kultūrinio, religinio ar gamtinio paveldo išskirtines vietas. Didžiųjų Lietuvos miestų gyventojų apžvalginių kelionių vietos beveik nekinta: kauniečių labiausiai pamėgtos vietos – Pažaislio vienuolynas, Vytauto bažnyčia, Katedra, Kauno senamiestis ir santaka, Kauno marių prieigos bei Kauno botanikos sodas; vilniečių – Gedimino kalnas, Trakų pilis, Belmonto slėnis ir kriokliai, Kernavė, Užutrakio dvaras, Aušros vartai, Katedra. Klaipėdiškių jaunavedžių labiausiai lankomos vietos – pajūris, Birutės kalnas, Palangos botanikos parkas, Kretingos žiemos sodas, Kuršių nerija. Šiauliškių labiausiai pamėgta religinio turizmo vie-

ta – Kryžių kalnas, kur paprastai jaunavedžiai palieka savo šeimos kryžių siekdami užtikrinti laimingą šeimos gyvenimą. Jaunavedžius su šiomis vietomis sieja emociniai ryšiai, vaikystės prisiminimai, t. y. individuali gyvenimo patirtis ir kolektyvinė patirtis, perduota iš kartos į kartą per tautos naratyvus. Taigi apžvalginę kelionę galima apibūdinti kaip kultūrinio ir religinio turizmo raiškos formą, kai sąveikauja gamtinė aplinka, vietinė kultūra, religija ir istorija.

Fotosesija – neatskiriama šiuolaikinių vestuvių dalis, paprastai vykstanti savaitę prieš ar po vestuvių. Fotosesijai dažniausiai pasirenkamos gamtos vietos (miškai, pievos, pajūris), senamiestio erdvė, gamyklų teritorija. Neseniai buvo madingos teminės vestuvės, kuriose vyravo spalvų (pvz., balta-žalia) arba gyvūnų kodas (pvz., pingvinų idėja). Tokiose vestuvėse jaunųjų apranga, tortas, stalo dekoracijos ir plakatai buvo puošiami pagal pasirinktą kodą.

Etnografinių vestuvių tipas priskirtinas prie kaimiškų vietovių turizmo tipologijos. Jis populiariausias tarp užsienio lietuvių ar etniškai mišrių šeimų, ypač jei vienas iš sutuoktinių yra užsienietis. Tokiose vestuvėse fotosesija vyksta gamtoje – Kernavėje, Rumšiškėse, Trakuose arba kaimo sodyboje. Šiose fotografijose vyrauja tautinė simbolika: tautinės juostos, lininė jaunavedžių apranga, merginos pasipuošusios lauko gėlių vainikais, piršlys perjuostas tautine juosta, svečiai dėvi tautinius kostiumus (VDU ER F. 1, 37/ 2; 5).

Edukacinio turizmo tipas labiausiai paplitęs muziejuose, rengiančiuose edukacinius šeimos švenčių ritualus. Lietuvos Liaudies buities muziejus – pradinin-

kas šeimos papročių (mergvakarių, bernvakarių ir vestuvių) edukacinių užsiėmimų, kurie organizuojami nuo 1999 m. Muziejininkai kūrybiškai pritaiko edukacinį turizmą: remdamiesi archyvine medžiaga, rekonstruoja senąsias apeigas, „prakalbina“ senoviškus daiktus, įprasmina ritualinius veiksmus, kuriems suteikia simbolinę prasmę. Anot muziejininkės Vidos Olechnovičienės: „Atrodytų, žaidžiame ir pramogaujame, o iš tikrųjų pažįstame senųjų kaimo papročių formas, suvokiame jų turinį ir atrandame esmės bei bendražmogiškųjų vertybių bendrumą“ (Olechnovičienė 2010: 72). Šiuo pavyzdžiu seka ir kiti šalies muziejai: Jono Basanavičiaus sodyba Ožkabaliuose rengia suvalkietiškų mergvakarių ir „veselių“ edukacijas, Alytaus kraštotyros muziejus – edukaciją „Senieji dzūkų krašto šeimos papročiai“. Į šį kultūrinio paveldo gaivinimo procesą įsitraukia ir viešosios įstaigos. Pavyzdžiui, 2009 m. VŠĮ „Nidos vėtrungė“ vykdė projektą „Mažosios Lietuvos kultūros paveldas: vestuvės. Autentiškų papročių ir kostiumų atkūrimas bei pritaikymas šiuolaikinėje praktikoje“. Projektu siekta atgaivinti etnografines Mažosios Lietuvos vestuves, kūrybiškai pritaikant šio krašto tradicines apeigas autentiškoje Kuršių nerijos, Rusnės, kitų pamario kaimų aplinkoje (<http://www.etnovestuves.lt/>). Įgyvendinant projektą buvo sukurti tautiniai kostiumai, surengti teatralizuoti koncertai „Lietuvinių vestuvės XXI amžiuje“, suorganizuotos vestuvės pagal projekto metu surinktą ir pateiktą informaciją.

Industrinio turizmo tipą vestuvėse dažniausiai renkasi miestiečiai. Tokio tipo vestuvėse fotosesijos rengiamose

apleistose gamyklų teritorijose, netgi industrinių rajonų gamyklų griuvėsiuose. Industrinio tipo fotosesijoms labai dažnai vilniečiai pasirenka jų pamėgtą Užupio rajoną, Kaune ir Klaipėdoje – buvusių kareivinių vietas, apleistų gamyklų teritorijas.

Povestuvinė kelionė. Paskutinę vestuvių dalį vainikuoja jaunavedžių povestuvinė kelionė, dažniausiai pasirenkama užsienio šalyje. Kaip šiuolaikinės populiariosios kultūros ir scenos meno turizmo pavyzdį pateiksiu vestuvių šventės, vykusios Kaune 2006 m., aprašą:

Vestuvės vyko vieną dieną rotušėje užsakytame bare. Tą pačią dieną jaunieji išskrido į povestuvinę kelionę Anglijon. Jaunųjų apranga priminė Amerikos [gyventojų] 5–6 dešimtmečio aprangą. Jaunoji buvo su pūsta balta, juodai taškuota suknele, jaunasis su pilku kostiumu, trumpintom kelnėm, iš kurių matėsi to laikotarpio aukšti suvarstomi batai. Patiko minėtas apsirengimo stilius. <...> būtent tai jaunųjų porai toks stilius idealiai tiko. (Jaunoji priklauso rokochili, o jaunasis – skinheadų subkultūroms). Be aprangos bendrą 5–6 dešimtmečio nuotaiką papildė ir išnuomota to laikotarpio „Volga“, kitų vestuvių dalyvių apranga. Patiko povestuvinės kelionės idėja vykti į Angliją. Jaunieji ten vyko į skinheadų muzikinį renginį. Taigi vestuvės, jų organizavimas buvo glaudžiai susijęs su jaunųjų subkultūriškumu (RRA 79 a.).

Šis pavyzdys liudija, jog kultūrinis turizmas atliepia individualius postmodernios visuomenės atstovų – turistų, šiuo atveju – jaunavedžių subkultūrinius poreikius. Postindustrinė visuomenė orientuota į vartotojiškas vertybes, o vartotojiškumas glaudžiai susijęs su pramogo-

mis, nuolatinių permainų, judėjimo, įvairovės siekiu bei naujų tapatybių kūrimu.

Tyrimas atskleidė, kad šiuolaikinėse miesto vestuvėse vyrauja įvairūs kultūrinio turizmo tipai: edukacijos, paveldo

vietų, scenos meno, kaimiškų vietovių aplinkos, religinių vietų, šiuolaikinės populiariosios kultūros, kulinarijos, industrijos, sveikatingumo ir SPA vietų lankymas.

GLOBALIZACIJOS ĮTAKA IR AUTENTIŠKUMO PAIEŠKOS MIESTO VESTUVĖSE

Didėjant žmonių mobilumui, plečiantis kelionių industrijai, plintant internetui ir medijoms, kultūros formos pasaulyje tampa globalizuotos ir lengvai prieinamos turistams (Ricahrds 2011: 3). Turizmas skatina ekonominius, socialinius ir kultūrinius pokyčius, susijusius ir su globalizacija. Dėl kultūrinės globalizacijos pasaulyje vyksta kultūrinių simbolių mainai, kurie pamažu keičia vietines kultūras ir tapatybes (Nijman 1999: 148). Kaip tai vyksta Lietuvoje?

Vestuvėse globalizacijos reiškiniai sparčiausiai sklinda per mados industriją ir medijas. Naujosios Vakarų mados tendencijos lengvai peržengia sienas ir kuriam laikui įsitvirtina vestuvių šventėse. Maždaug 2006 m. Vilniuje buvo paplitusi iš Vakarų atėjusi jaunosios suknelės naikinimo (skandinimo, draskymo, deginimo) tradicija, simbolizuojanti jaunosios perėjimo į naują socialinį statusą ritualą. Šiandien jos nebėliko, nes nepriėjo lietuviškoje aplinkoje. Maždaug 2010 m. miestiečių vestuvėse įsivyravo mada vestuvių svečiams nešioti ūsiukus, priklijuotus ant lazdelės. Šiuo metu į madą atėjo vyrų barzdų tendencija, kuri būdinga didmiesčių vestuvėms. Nors šiuolaikinėms vestuvėms būdingas inovatyvumas, nuolatinės kaitos tendencijos, tačiau išlieka nostalgija senoms tradicijoms. Šiandien vėl tampa populiariu

kviesti svečius į vestuves. Tam naudojami dviejų rūšių pakvietimai: vieni pasirenka ranka rašytus, autentiškus rankų darbo kvietimus, kiti – medijų naujoves, t. y. internetinius kvietimus. Šiandien paplitęs „įvadinis kvietimas į vestuves („tyzeris“). Tai trumpas pasakojimas apie jaunavedžių susitikimą iš nuotraukų. Rodoma jaunųjų istorija arba vestuvių tematika sukuriama filmukai“ (VDU ER 1, 37/4).

Šiuolaikiniame pasaulyje mobilumas tampa ypač svarbus. Ne tik turistai keliauja norėdami vartoti kultūros išteklius, bet ir patys ištekliai tampa judresni, pavyzdžiui, tarptautinės vestuvių parodos keliauja iš miesto į miestą, iš vienos šalies į kitą. Daugelis vestuvių simbolių, puošybos elementų, perimti iš kitų šalių ir kultūrų, pritaikomi prie vietinės kultūros bei rinkos. Tokiu būdu kultūrinė globalizacija dėl kultūrinių simbolių mainų įgyja globalizacijos apraiškų.

Anot Nijmano, ekonominė globalizacija daugeliu atvejų priklauso nuo kultūrinės globalizacijos (Nijman 1999: 148). Akivaizdu, kad globalizacija turi ne tik neigiamos, bet ir pozityvios įtakos lokalizacijos procesams – skatina vietines bendruomenes kurti turizmo produktus, paremtus „vietos dvasia“, „vietos autentiškumu“, kurti naujus tapatumus, per vietines šventes, amatus gaivinti kultū-

ros paveldą. Autentiškumas – vienas kultūrinio turizmo bruožų, nes šios rūšies turizmo vartotojai ieško autentiškų ir gilesnių patirčių nei kiti turistai (McKercher, du Cros, 2002). Šios autentiškos patirtys XXI a. Lietuvoje siejamos su tradicine vietine kultūra. Šiandien vestuvėse pradedami vertinti rankdarbiai: rankų darbo pakvietimai, rankų darbo juostos, rankomis atspaustos nuotraukos. Kaip pastebi vestuvių fotografai, kai kurie žmonės „nori, kad būtų fotografuojama juosta, kad būtų tikros nuotraukos, rankom atspaustos. Nei kokybė tiek nėra aktuali“ (VDU ER 1, 37/5). Taigi autentiškumas iškyla virš kitų reikalavimų, keliamų kultūrinio turizmo prekei.

Viena kultūrinio turizmo nišų yra religinis turizmas, glaudžiai susijęs su piligrimyste. „Tradiciškai ir istoriškai piligrimystė, apibrėžiama kaip fizinė kelionė ieškant tiesos, ieškant to, kas yra sakralu ir šventa (Vukonić 1996:80). Tie-

šos paieška ir autentiška patirtis su Apvaizda skatina žmones keliauti į šventas vietas. Ypač šis poreikis išryškėja liminaliniu vestuvių laikotarpiu, kai jaunavedžiai siekia išgyventi autentišką patirtį savo gyvenimo kelionės pradžioje. Vyksta sakralių dvasinių vietų paieška, tarp kurių būtų galima išskirti keletą: Kryžių kalnas, Vilniaus ir Kauno katedros, Aušros vartai, Pažaislio vienuolynas, Birutės kalnas Palangoje. Kai kuriose iš paminėtų vietų susipina krikščioniškos ir ikikrikščioniškos kultūros elementai. Šiose vietose sąveikauja gamtinė aplinka, kultūra, religija ir istorija. Neretai su šiomis vietomis vestuviniškus sieja ir emociniai ryšiai, individuali gyvenimo bei tautos išgyventa patirtis. Taigi kultūrinis turizmas tampa patirtimi grįstu produktu, kai turistų vizitas vertinamas pagal visas traukos savybes, o ne tik pagal jo kultūrinę vertę (Richards 2007: 16).

IŠVADOS

Šiuolaikinėse miesto vestuvėse galima pastebėti naujas, globalizacijos proceso nulemtas tendencijas, pasiekiančias Lietuvą per naująsias informacines technologijas, populiarią komercinę kultūrą, tarptautines vestuvių parodas, naująsias madas ir kitų šalių vestuvių tradicijas.

Kaip atskleidė tyrimas, šių dienų miesto vestuvėse vyrauja įvairūs kultūrinio turizmo tipai: nuo edukacijos, pa-

veldo vietų, scenos meno, kaimiškų vietovių aplinkos, religinių vietų, šiuolaikinės populiariosios kultūros, kulinarijos, industrijos, iki sveikatingumo ir SPA vietų lankymo.

Taigi kultūrinio turizmo apraiškos miesto vestuvėse – svarbi priemonė siekiant įgyti naujų žinių, išgyventi autentiškas patirtis, geriau pažinti šalies kultūrinę, religinę ir istorinę paveldą bei tapatybę.

Literatūra

Ritchie Brent W., Carr Neil, Cooper Chris. 2003. *Managing Educational Tourism*. Clevedon-Buffalo-Toronto-Sydney: Channel View Publications.

Jurgutytė Kamila. 2016. Modernios vestuvės pagal „Čiop Čiop“. *Savaitraštis Kaunui*. 2016 04 07–13, 14 (29): 56–57.

- McKercher Bob, du Cros Hilary. 2002. *Cultural Tourism. The Partnership Between Tourism and Cultural Heritage Management*. New York-London: Routledge.
- Nijman Jan. 1999. Cultural Globalization and the Identity of Place: The Reconstruction of Amsterdam. *Cultural Geographies* 6(2): 146–148.
- Norman Alex. 2012. The Varieties of the Spiritual Tourist Experience. *Literature & Aesthetics* 22 (1): 20–37.
- Olechnovičienė Vida. 2010. Savitos edukacijos dešimtmetis. *Gimtasai kraštas* 3: 67–74.
- Račiūnaitė-Paužuolienė Rasa. 2012. *Lietuvių šeima vertybių sankirtoje*. Kaunas: VDU leidykla.
- Račiūnaitė-Paužuolienė Rasa. 2013. Tradicijos išsaugojimas ir kaita šiuolaikiniame mieste: dviejų Europos miestų švenčių atvejai. *Šventės šiuolaikiniame mieste/ Festivals in the Modern City*. (Sud. J. Mardosa). Vilnius: Edukologija.
- Richards Greg. 2007 (2011). Introduction: Global Trends in Cultural Tourism. Ed. by G. Richards, *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. New York-London-Oxford: The Haworth Hospitality Press.
- Smith Melanie K. 2009. *Issues in Cultural Tourism Studies*. London and New York: Routledge.
- Šaknys Žilvytis. 1996. *Jaunimo brandos apeigos Lietuvoje: XIX a. pab. – XX a. pirmojoje pusėje*. Vilnius: Pradai.
- Olsen Daniel H., Dallen J. Timothy. 2006. Tourism and Religious Journeys. *Tourism, Religion and Spiritual Journeys*. Ed. by D. Timothy, D. Olsen. London and New York: Routledge.
- Vukonić Boris. 1996. *Tourism and Religion*. Oxford: Elsevier.
- Wearing, Stephen. 2001. *Volunteer tourism: Experiences that make a difference*. Wallingford: CABI.

Šaltiniai

- Mažosios Lietuvos vestuvės XXI amžiuje*. Prieiga per internetą: <<http://www.etnovestuves.lt/>> [žiūrėta 2018 10 01].
- RRA (R. Račiūnaitės archyvas) 79 anketa. Užr. T. K. 2011 m. Kaune.
- VDU ER (Vytauto Didžiojo universiteto Etnologijos rankraštynas) F. 1. B. 37. Užr. autorė 2013, 2017 m. Vilniuje, Klaipėdoje.