

НАДОЛЬСЬКА
Валентина



м. Луцьк

УРБОТУРИЗМ ЯК СКЛАДОВА ФОРМУВАННЯ І ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ІДЕНТИЧНОСТІ КУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ МІСТ

Туризм належить до найбільш активної форми взаємозбагачення людей. Невід'ємною складовою будь-якого відпочинку є ознайомлення з історико-культурними пам'ятками, природними об'єктами, відвідування музеїв, заповідників. Людина відчуває особливе тяжіння до культури, історії, релігії, традицій і побуту народів. Більш повне уявлення про ці аспекти людського життя формується через безпосередні контакти з місцевим населенням, які стають можливими завдяки туризму.

Чи не найактивнішим середовищем розвитку культурного туризму є міська культура та міський спосіб життя, які створюють умови для зацікавлення подорожами та екскурсіями. У містах проживають люди із зовнішніми інтересами та зовнішньою культурною відкритістю, що спонукає їх до дослідження світу, країн, регіонів, звичаїв і традицій. У великих містах люди взаємодіють з більшою різноманітністю, тому прагнуть відкрити нові місця та культурні явища за межами звичного середовища. Мешканці міст мають кращий доступ до інформації про тури та подорожі через Інтернет, діяльність туристичних агентств, що стимулює зацікавленість у поїздках. Також туризм став популярним трендом, який знаходить своє активне відтворення у соціальних мережах, що ще більше заохочує інших вирушати в подорожі.

У свою чергу міста, що є символами народів та їх ідентичностей, де переважно знаходяться історичні пам'ятки, відомі архітектурні споруди, музеї, собори та інші об'єкти культурного значення, привертають чи не найбільшу увагу з боку туристів та екскурсантів. Завдяки сучасній інфраструктурі, великій кількості подій і фестивалів, різноманітності активностей, освітньому потенціалу вони є своєрідними «воротами» до культури, історії та сучасно-



го життя кожного регіону, що робить їх цікавими для мандрівників. Міста приваблюють туристів через спеціалізовані функції, які вони пропонують, і масштаб послуг, які вони надають. Міста, як фінансові, транспортні, політичні, торгові центри, володіючи культурною, архітектурною, будівельною, мистецькою, історичною та екологічною спадщиною, здатні забезпечити різноманітність та якість туристичної пропозиції. Беручи до уваги масштаби і значення урботуризму, більшість дослідників відносять його до провідних різновидів культурного туризму.

Існують різні підходи до формулювання поняття «міський туризм». Один з його перших теоретиків Г. Лезер визначив урботуризм як «короткострокове (зазвичай 1–4 дні) відвідування міста з наступних причин: інтерес до історії чи мистецтва міста, інтерес до відвідування подій та придбання різних видів товарів у цьому місті [4, 26]. Такої ж точки зору дотримуються Г. Ешворт і С. Пейдж [3, 2–3]. Міський туризм вони розглядають як особливу форму туризму, яка відбувається в міських районах, де переплітаються різні форми туризму, тобто різні мотиви відвідування. Іншими словами, мотиви перебування туристів у містах пов'язані не лише з культурою, а й з іншим туристичним контентом і послугами, які дозволяють туристам задовольнити певні потреби. Урботуризм ефективно поєднується з екскурсійними турами для огляду пам'яток, подієвим туризмом, відвідуванням міста з метою проведення в ньому зустрічей, відпочинку, участі у роботі конгресів та конференцій, відвідуванням міста з метою шопінгу, з діловою, оздоровчою метою, паломництвом. Саме у місті туристи потрапляють в оточення цілого конгломерату різновекторних цілей та зусиль, які характеризуються підвищеною атрактивністю через розподілену інтегративність.

Кожне місто має свої географічні (клімат, ландшафт, гідрологічні об'єкти), архітектурно-планувальні (взаємне розташування проспектів, вулиць, площ, парків, скверів та інших елементів урбаністичного середовища), культурні (традиції, мова, цінності, стиль життя) особливості. Знайомлячись з ними, урботурист збага-

чує свою інтелектуальну та духовно-емоційну сферу новими знаннями, враженнями і спогадами, новим досвідом в ознайомленні з міськими ситуаціями та у спілкуванні з жителями міста.

Як великі багатофункціональні одиниці, міста пропонують різноманітні функції і простори, тому туристи можуть легко зануритися у міське життя, стаючи економічно, соціально та фізично невидимими, що не характерно для інших видів культурного туризму. Завдяки розвитку міського туризму підтримується культурне розмаїття, відбувається міжкультурний діалог, обмін знаннями між відвідувачами та постійним населенням. Складна структура туристичного контенту в містах впливає на те, що туристи повторно відвідують конкретне місто, сприяє більшій лояльності туристів до певної міської дестинації.

Разом з тим, міський туризм розглядається сучасними дослідниками й як основний інструмент створення та просування ідентичності міського простору в новій глобальній системі [5, 344]. Базовими компонентами міського туризму, без яких він є неможливим, виступають культурно-історичні центри, музеї та пам'ятники, меморіали та інші пам'ятні місця, пов'язані з історією міста [2, 170].

Для міського туризму характерною є спрямованість на культурно-пізнавальні потреби туристів, які пов'язані із загальним універсально-комплексним ознайомленням із містом, його архітектурною і просторовою конфігурацією, планувальною структурою, історичною, етнічною та культурно-релігійною спадщиною. Відвідувач міста намагається досягнути «душу» міста, вибудувати свій власний образ населеного пункту (або порівняти з уже існуючим образом), познайомитися з стилем, темпами і характером життя його мешканців, зрозуміти, що рухає ними, які внутрішні та зовнішні соціальні механізми детермінують міське життя. Урбаністичне середовище дозволяє відчутти ритм життя місцевих жителів, побачити їх повсякденну діяльність.

У сукупності все це формує у туриста перцепційний образ міста – суб'єктивне уявлення, яке формується у свідомості людини



на основі її сприйняття міста. Воно включає як фізичні, так і нематеріальні характеристики міського середовища. Такий образ створюється через досвід перебування в місті, враження від архітектури, інфраструктури, пейзажів, культури, а також через емоційний та соціальний контекст. Цінність такого сприйняття дозволяє туристу відчутти конкретне місто невід'ємною частиною його власного життя, розширити свій кругозір, сформуванати уявлення про себе, навколишній світ і свою роль у ньому.

Найбільш повно образ міста, його архітектурно-естетичні та соціально-сакральні властивості розкриваються в культурно-пізнавальних та релігійних функціях. Останні формують колективне уявлення про міське середовище, стиль і характер міста, його парадигму буття. Базиліка Святого Петра у Ватикані, Нотр-Дам-де-Парі у Парижі, Собор Санта-Марія-дель-Фьоре (Duomo di Firenze) у Флоренції, Софійський собор у Києві та інші сакральні пам'ятки створюють неповторний клімат духовних традицій та вірувань мешканців міста (нерідко й країни загалом). Після відвідування таких пам'яток турист отримує не лише культурно-естетичні враження та переживання, але також нові знання і досвід, які значно збагачують його світогляд, підвищують рівень культури, визначають ставлення до релігійних традицій, історичних подій. Культіві споруди формують духовне сприйняття міст, дозволяють зрозуміти їх сутність, фундамент, що лежить в основі зародження та формування урбаністичного середовища.

Важливими культурно-пізнавальними ресурсами міського туризму є також численні заповідники, галереї, виставки, театри та концертні зали. Найцінніші твори мистецтва та скульптури, артефакти, виявлені під час археологічних досліджень, інші писемні та матеріальні цінності людської цивілізації представлені у музейних колекціях. Тому однією з причин для відвідування міста може бути музей з експонатами, які висвітлюють не лише минуле національної території, але й пов'язані з іншими регіонами, де в минулому існували високорозвинуті цивілізації.

Але урботуризм має справу не лише з одиничними культовими чи релігійними об'єктами. Він не обмежується також відвідуван-

ням окремих музеїв, театрів, виставок та концертних залів. Для урботуриста велике значення мають цілі комплекси будівель та споруд, вулиці, бульвари, парки та сквери, історичні центри міст. Вони якраз і формують цілісне уявлення про місто, його ритм та характер життя. Морфологія міста створює відчуття автентичності, пропонуючи відвідувачам багатий історичний досвід [6, 67]. Цим урботуризм і відрізняється від традиційного культурно-пізнавального туризму у міському середовищі.

Велику роль у збереженні та популяризації культурно-пізнавальних ресурсів урботуризму грає список Світової культурної спадщини ЮНЕСКО, який є путівником для урботуристів. Історичні центри Зальцбурга, Відня, Граца (Австрія), Брюгге (Бельгія), міста Бат і Единбург (Велика Британія), Кракова і Варшави (Польща), Львова (Україна) та ін. об'єкти, внесені до Списку, створюють особливу атмосферу, яку неможливо відчути в сучасних містах. Кожен з них наділений своїм незрівняним колоритом, має унікальну і самотню історію, давні традиції, події, легенди, спогади. Такі об'єкти мають своєрідне, історично сформоване планування. Тут збереглося багато стародавніх соборів, площ, ратуш. Власне середньовічний вигляд міських історичних центрів і приваблює туристів. Об'єкти зі списку ЮНЕСКО складають основу міжнародного туристичного іміджу різних міст та країн. Їхня всесвітня популярність підтверджується не лише статусом пам'ятки, але й також численними відгуками туристів. На їх основі розвивається різноманітна туристична інфраструктура, формується унікальний туристський продукт. Історична спадщина міст, національна гастрономія і сучасна культурна сцена (з такими подіями, як фестивалі, історичні реконструкції та ін.) формують основу для нових туристичних атракцій.

Для нестоличних міст Європи експертами Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) була розроблена спеціальна класифікація за провідними функціями і туристичним профілем, який привертає міських туристів: 1) малі міста, що мають значну унікальну історичну спадщину, яка формує неповторний образ міста (наприклад, Йорк, Оксфорд, Піза, Сієна); 2) малі міста, що володі-



ють важливою історичною спадщиною, об'єктами культури і мистецтва (Авіньйон, Базель, Болонья, Венеція, Краків, Флоренція); 3) великі нестоличні міста, які зберігають неабияку історичну спадщина і культурно-мистецькі заклади (Антверпен, Гамбург, Глазго, Зальцбург, Порто, Роттердам, Севілья, Единбург); 4) великі нестоличні міста, що мають всесвітньо відому історичну спадщина, стародавні і сучасні об'єкти культури і мистецтва (Барселона, Дублін, Ліон, Мюнхен) [1, 32].

Урбаністичний туризм є інструментом створення та забезпечення ідентичності міського простору. Кожне місто має унікальні архітектурні, культурні, історичні, соціальні риси, які формують його образ. Міський туризм ставить за мету виявляти ці особливості, акцентувати увагу на них, що допомагає формувати цілісну ідентичність міста в очах туристів та місцевих жителів. Розробка тематичних турів, пішохідних маршрутів і стежок спадщини по всьому місту забезпечує туристів цікавими враженнями. Завдяки урботуризму місто має можливість просувати свої традиції, звичаї, мистецькі та культурні події. Наприклад, фестивалі або місцеві ярмарки становлять платформу для презентації міської культури, що підкреслює ідентичність міського простору.

Популяризація міської спадщини сприяє взаємодії історичного та сучасного, створює новий рівень привабливості міського простору. Туристи хочуть скуштувати забуті та відроджені страви, придбати сувеніри, познайомитися з ремеслами, які є частиною локальної ідентичності, що загалом формує новий унікальний туристичний продукт. Залучення місцевих жителів до туристичної діяльності (як гідів, організаторів заходів) дозволяє їм стати активними агентами забезпечення міської ідентичності. Створення нових туристичних маршрутів, розвиток інфраструктури та акцент на позитивних змінах допомагають оновити зовнішнє сприйняття міста. Таким чином урботуризм стає інструментом формування унікального образу міста, який приваблює як туристів, так і по новому розкривається для місцевих жителів. Завдяки урботуризму громади мають засоби для інвестування у збереження та популяризацію культурної спадщини.

Таким чином, туризм до історичних міст базується насамперед на історико-культурній спадщині. Матеріальні і нематеріальні складові історичного розвитку міст, такі як архітектурні споруди, пам'ятки, звичаї та місцеві практики, є культурними характеристиками, що приваблюють туристів. Міська спадщина формує ідентичність міста, робить його більш унікальним і привабливим для жителів і гостей. Разом з тим вона є важливим туристичним об'єктом, яким цікавляться відвідувачі. Урботуризм допомагає формувати і популяризувати ідентичність культурного простору міста. Цей вид культурного туризму є важливим чинником зміцнення іміджу міста.

ЛІТЕРАТУРА І ДЖЕРЕЛА:

1. Гладкий О. В. Туристично-країнознавча характеристика провідних міст Європи. Актуальні проблеми країнознавчої науки: матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (18–19 травня 2017 р., м. Луцьк) / за ред. В. Й. Лажніка. Луцьк: Вежа-Друк, 2017. С. 30–33.
2. Худавердієва В. Розвиток міського туризму у найбільших історичних центрах світу. *Вісник Хмельницького національного університету. Серія: Економічні науки*. 2022. Том 308(4). С. 169–172.
3. Ashworth G., Page S. Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*. 2011. Volume 32, Issue 1. P. 1–15.
4. Leser Hartmut (Hrsg.). Diercke Wrtter-buch Allgemeine Geographie. Mynchen, Braunschweig, 1997. 125 p.
5. Urošević Marija, Stanojević Marina, Đorđević Dejan. Urban tourism destinations in the world. *Economic Themes*. 2024. 61(3). P. 343–364.
6. Zakariya K., Haron R. C., Yusof Z. B., Ibrahim I. Technical tours as special interest tourism in the urban context: A case study of Kuala Lumpur. *Asian Journal of Environment-Behaviour Studies*. 2020. № 16(5). P. 59–74.

