

Дичковський Степан Іванович,
*кандидат педагогічних наук, доцент,
директор Інституту практичної культурології та арт-менеджменту
Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв
227@ukr.net*

КРЕАТИВНЕ ОСВОЄННЯ СОЦІОКУЛЬТУРНОГО ПРОСТОРУ МІСТА (НА ПРИКЛАДІ РОЗВИТКУ УРБОТУРИЗМУ)

У статті досліджено урботуризм як соціокультурну практику, наділену вагомим професійним, евристичним, економічним та соціальним потенціалом для розвитку сучасного міста. Підкреслено роль сучасних креативних іновацій у розвитку міст та необхідність їхнього корелювання із історичною традицією кожного міського простору. Виділено урботуризм як базовий постіндустріальний соціально-економічний ресурс, орієнтований на розкриття культурно-евристичного потенціалу кожного туриста і громадянина. Введено диференціацію між урботуризмом як сучасною культурною практикою, з одного боку, та традиційним культурно-пізнавальним туризмом, з іншого. Доведено, що розвиток інфраструктури урботуризму пов'язаний із збільшенням зацікавленості населення у споживанні культурних благ. Розкрито стратегічну важливість розвитку урботуризму як складової сучасного ефективного міського менеджменту та інтенсифікації міжнародних економічних зв'язків.

Ключові слова: урботуризм, комунікації, історико-культурний туризм, стратегія розвитку, міське середовище, інновації.

CREATIVE ASSIMILATION IN THE URBAN SOCIO-CULTURAL SPACE (THE CASE OF URBAN TOURISM DEVELOPMENT)

The article studies urban tourism as a sociocultural practice endowed with considerable professional, heuristic, economic and social potential for the development of a modern city. It is highlighted the role of modern creative innovations in urban development and the need for their correlation with a historical tradition of every urban space. The author regards urban tourism as a basic post-industrial socio-economic resource focused on fulfilling the cultural- heuristic potential of every tourist and citizen. It is differentiated between urban tourism as a modern cultural practice on the one hand and traditional cultural-educational tourism on the other. The research proves that the progress of the infrastructure of urban tourism is mainly driven by heightened popular interest in the use of cultural goods. It is covered the strategic importance of the progress of urban tourism as a component of modern effective urban management and the intensification of international economic relations.

Key words: urban tourism, communications, historical and cultural tourism, development strategy, urban environment, innovations.

Туризм у містах, за визнанням експертів Всесвітньої туристичної організації, став ключовим чинником розвитку міста та його господарства, що стало підґрунтям для досліджень функціональних, структурних, методичних особливостей міського туризму (або туризму в містах, урботуризму) та спроб практичного впровадження результатів цих досліджень. В ХХІ столітті туризм в міських населених пунктах створює можливості для набуття досвіду, який може бути застосований при професійних контактах і комунікаціях, в діловому житті, з метою саморозвитку та самоосвіти, вважають

українські науковці. Взаємодія міст формує сузір'я мереж і потоків, створює ключові осередки просторових змін, які поширюються на навколишню територію регіонів, держав, континентів, змінює підходи до сучасної парадигми розвитку міст, що передбачає відмову від розвитку індустріального міста на користь концепції нового урбанізму та має на меті створення насиченого комунікаціями, саморегульованого міського середовища, яке відповідає інтересам жителів різних соціальних прошарків, статусу, віку тощо [1]. Одним з популярних підходів до поліпшення якості життя міських

жителів є креативні стратегії розвитку міст, які використовують певні інноваційні ідеї, творчий підхід до вирішення проблем з акцентом на розвиток мистецтва, культури, збереження історичної спадщини та унікальності міста.

Природні, культурні, соціально-економічні ресурси міст, за умови їх комплексного використання для збалансованого регіонального розвитку та створення туристичного продукту, є головною рушійною силою розвитку урботуризму, як провідного напрямку спеціалізованого туризму [2, с. 96–111]. На переконання О.В. Гладкого, урботуризм має більш вузьку спрямованість на культурно-пізнавальні потреби туристів, що пов'язані із формуванням специфічного духовно-ментального уявлення про міське середовище, тому вимагає високого рівня кваліфікації та знань і сприяє підвищенню інноваційності туристської діяльності й появі нових освітніх мультидисциплінарних програм. Урботуризм не обмежується відвідуванням окремих культурно-мистецьких закладів, велике значення мають жива духовна культура, спілкування з городянами, сприйняття динаміки міського соціуму, що формують цілісне уявлення про місто. Цим урботуризм відрізняється від традиційного культурно-пізнавального туризму в міському середовищі, який знайомить лише з окремими, часто не пов'язаними між собою елементами матеріальної культури.

З ним погоджується й І.М. Писаревський, який відзначає, що хоча до теперішнього часу найбільша увага приділялась історико-культурному туризму, але необхідно розглядати всі види туризму в місті, розвиток яких може стати прибутковою статтею міського бюджету, покращити імідж міста та його привабливість на регіональній, національній і світовій арені [3, с. 368–373]. Необхідною умовою розвитку всієї інфраструктури туризму є зростання зацікавленості місцевого населення в споживанні культурних благ, у тому числі пов'язаних з туристичною активністю, адже саме жителі міста формують враження від культури і самобутності місця, створюють його атмосферу.

Тому стратегія розвитку міського туризму повинна розглядатися як невід'ємний елемент стратегії розвитку сфери культури та інфраструктури міста, а ефективний менеджмент в сфері культурного туризму є важливим чинником, що визначає туристичну привабливість місцевості.

Поняття міського туризму по-різному трактується туристами і суб'єктами туристичної діяльності: якщо для перших цей вид туризму означає туристичну активність людини, яка має намір пізнати міську культуру та/або відпочити у міському середовищі, то для других це поняття пов'язане з різноманітними формами обслуговування туристів, зокрема, розміщення (готелі, апартаменти, хостели тощо), харчування (урбогастрономія), відпочинок (урбовідпочинок) тощо. При цьому слід зважати на те, що вплив туризму на розвиток міста може бути як позитивним (розвиток економіки, інфраструктури, збереження та відновлення туристичних пам'яток тощо), так і негативним (зростання злочинності, проституції, знищення локальної культури) [4, с. 24–27].

Позитивною рисою міського туризму є його всесезонність, тобто слабкий вплив сезонів року на туристичний потік до міст, втім відвідуваність міст туристами значно зростає під час проведення тут святкових та інших заходів. Відмінною рисою подієвого туризму в містах є його невичерпність щодо потенціалу можливих заходів, в тому числі за рахунок активної роботи в плані пошуку цікавих традицій і самобутності, вмілого поєднання нематеріальної культурної спадщини та креативних індустрій. Намагаючись конкурувати за залучення інвестицій та потоків мільйонів туристів, міста використовують подієвий туризм у якості інструменту стратегії соціально-економічного розвитку, як наслідок, спостерігається поява глобальних «музичних», «театральних», «гастрономічних» та інших міст [5, с. 144–154]. Різні культурні фестивалі активно стимулюють розвиток міського туризму, в кілька разів збільшуючи приплив іноземців в місто, активізують міжнародну економічну діяльність.

Список використаних джерел:

1. Урбаністична Україна: в епіцентрі просторових змін : монографія / за ред. К. Мезенцева, Я. Олійника, Н. Мезенцевої. Київ : Видавництво «Фенікс», 2017. 438 с.
2. Гладкий А. В. Сущность, факторы развития и основные функции урботуризма. *Псковский регионалогический журнал*. 2016. № 4 (28). С. 96–111. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/suschnost-factory-razvitiya-i-osnovnyye-funktsii-urboturizma>

3. Писаревський І.М. Туризм і місто: баланс інтересів. *Комунальне господарство міст*. 2011. № 100. С. 368–373.

4. Смирнов І.Г. Логістичний потенціал сталого розвитку урботуризму: світовий та український досвід. Сервісна економіка в умовах глобальної конкуренції: правовий та інституційний виміри. *Service Economy in the Context of Global Competition: Legal and Institutional Dimensions* : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф., м. Київ, 15–16 лист. 2017 р. / відп. ред. А.А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2017. С. 24–27.

5. Парфіненко А.Ю. Подієвий туризм як чинник формування туристичної привабливості міста. *Географія та туризм*. 2015. Вип. 34. С. 144–154.