

МІНІСТЕРСТВО КУЛЬТУРИ ТА ІНФОРМАЦІЙНОЇ ПОЛІТИКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНА АКАДЕМІЯ КЕРІВНИХ КАДРІВ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ
ІНСТИТУТ ПРАКТИЧНОЇ КУЛЬТУРОЛОГІЇ ТА АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ
КАФЕДРА АРТ-МЕНЕДЖМЕНТУ ТА ІВЕНТ-ТЕХНОЛОГІЙ

На правах рукопису

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на здобуття освітнього ступеня магістр

на тему:

ТРАНСФОРМАЦІЇ КУЛЬТУРНИХ СЕНСІВ УРБАНІСТИЧНОЇ СПАДЩИНИ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

Виконав студент II курсу

Групи МКД-11-22

спеціальності: 028 Менеджмент

соціокультурної діяльності

Архипенко Олександр Сергійович

Керівник: кандидат педагогічних наук,

доцент Шевченко Н. О.

Рецензент:

кандидат культурології, доцент

Зараховський О. Є.

Допущено до захисту:

протокол засідання кафедри

№5 від 22 листопада 2023 р.

в.о. завідувача кафедри арт-менеджменту

та івент-технологій

_____ Вікторія ДОБРОВОЛЬСЬКА

Київ – 2023

АНОТАЦІЯ

Архипенко О.С. Трансформації культурних сенсів урбаністичної спадщини в контексті розвитку креативних індустрій. – Кваліфікаційна робота на правах рукопису.

Об’єкт дослідження: потенціал урбаністичної спадщини міста Біла Церква для розвитку креативних індустрій.

Предмет дослідження: механізми вдосконалення туристичного іміджу Білої Церкви засобами формування нових креативних просторів.

Мета дослідження: характеристика трансформаційних процесів у сучасному соціокультурному просторі міст та роль урбаністичної спадщини у розвитку креативних індустрій.

У кваліфікаційній роботі досліджено взаємозв’язок історико-культурного потенціалу міст та розвитку культурного туризму; виокремлено об’єкти урбаністичної спадщини, що є конструктами впливу туризму на розбудову інфраструктури творчих індустрій регіонів. Автор розглянув різноманіття шляхів впровадження креативних стратегій і концепцій розвитку міст та дослідив особливості міського туризму, які є умовою переходу до більш локальної форми урбанізму та нового культурного досвіду. Автор наголошує на необхідності нових підходів до інтерпретації культурних сенсів урбаністичної спадщини, оскільки таке розуміння розширює перспективи креативних індустрій як ресурсу локального й регіонального розвитку, а також збільшує їх вплив на соціокультурну сферу країни в цілому, через впровадження концепцій і проектів розвитку міст на засадах розвитку творчого потенціалу жителів місцевих громад. Проаналізувавши урбаністичний туристичний потенціал міста Біла Церква, автор кваліфікаційної роботи запропонував механізми вдосконалення туристичного іміджу Білої Церкви, як креативного міста.

Ключові слова: урбаністична спадщина, соціокультурний простір, міський туризм

Archipenko O.S. Transformations of cultural meanings of urban heritage in the context of creative industry development. - Qualification work on manuscript rights.

The object of research:: the potential of the urban heritage of the city of Bila Tserkva for the development of creative industries.

The subject of research: the mechanisms of improving the tourist image of Bila Tserkva by means of forming new creative spaces.

The purpose of the study: the characteristics of transformational processes in the modern socio-cultural space of cities and the role of urban heritage in the development of creative industries.

In the qualifying work, the relationship between the historical and cultural potential of cities and the development of cultural tourism was investigated; objects of industrial heritage, which are constructs of the influence of tourism on the development of the infrastructure of the creative industries of the regions, are singled out. The author considered the variety of ways of implementing creative strategies and concepts of urban development and explored the peculiarities of urban tourism, which are a condition for the transition to a more local form of urbanism and a new cultural experience. The author emphasizes the need for new approaches to the interpretation of the cultural meanings of urban heritage, since such an understanding expands the prospects of creative industries as a resource of local and regional development, as well as increases their influence on the socio-cultural sphere of the country as a whole, through the implementation of concepts and projects of urban development on the basis of the development of creative potential of residents of local communities. Having analyzed the urban tourism potential of the city of Bila Tserkva, the author of the qualification paper proposed mechanisms for improving the tourist image of Bila Tserkva as a creative city.

Keywords: urban heritage, socio-cultural space, urban tourism

ЗМІСТ

ВСТУП	5
РОЗДІЛ 1. РЕСУРСИ ІСТОРИЧНИХ МІСТ В СИСТЕМІ КУЛЬТУРНИХ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ	
1.1. Взаємозв'язок історико-культурного потенціалу міст та розвитку культурного туризму.....	10
1.2. Об'єкти індустриальної спадщини, як конструкти впливу туризму на розбудову інфраструктури творчих індустрій регіонів.....	16
<i>Висновки до 1 розділу</i>	26
РОЗДІЛ 2. ДОСВІД РЕНОВАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ	
2.1. Міський туризм як перехід до більш локальної форми урбанізму та нового культурного досвіду.....	28
2.2. Шляхи впровадження креативних стратегій і концепцій розвитку міст...34	
<i>Висновки до 2 розділу</i>	41
РОЗДІЛ 3. РОЗМАЇТТЯ ЛОКАЛЬНИХ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНИХ ПРОСТОРІВ МІСТА (НА ПРИКЛАДІ БІЛОЇ ЦЕРКВИ)	
3.1. Аналіз урбаністичного туристичного потенціалу міста.....	43
3.2. Механізми вдосконалення туристичного іміджу Білої Церкви, як креативного міста	59
<i>Висновки до 3 розділу</i>	77
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	81
ДОДАТКИ	90

ВСТУП

Актуальність. Дослідження урбаністичної спадщини сучасного постіндустріального світу в контексті розвитку креативних індустрій є важливим та необхідним аспектом обдуманого, чітко спланованого підходу до популяризації історико-культурної спадщини та природного потенціалу міст, соціально-економічного та культурного розвитку місцевої громади, засобом збереження унікальності та автентичності окремих регіонів.

Культурні трансформації українського туристичного простору в умовах військових дій та у повоєнний час потребують переосмислення існуючих ресурсів та вироблення нових пріоритетів в освоєні, зокрема, промислових ресурсів креативними індустріями, нових підходів до використання матеріальної і нематеріальної спадщини, визначення напрямків у культурному міжнародному співробітництві, що наповнює новими сенсами сучасну соціокультурну реальність України.

Нове розуміння урбаністичної спадщини розширює перспективи креативних індустрій як ресурсу локального й регіонального розвитку, а також збільшує їх вплив на соціокультурну сферу країни в цілому через: перепрофілювання промислових територій та реновацію індустріальних об'єктів; трансформацію численних артефактів промислового виробництва(заводи, фабрики, шахти) у креативні громадські простори, регіональні музеї-заповідники, ландшафтні парки, культурно-просвітницькі центри, арт-кластери та ін; стратегії реструктуризації регіональної економіки на засадах розбудови інфраструктури творчих індустрій (галереї, виставки, арт-квартали); підтримки регіональних і місцевих ініціатив щодо розвитку культурного туризму; комплексу заходів, спрямованих на поліпшення іміджу території; створення системи міжнародних туристичних маршрутів, що популяризують індустріальну спадщину; впровадження креативних концепцій і проектів розвитку міст на засадах розвитку творчого потенціалу жителів місцевих громад.

Тому **метою дослідження** є характеристика трансформаційних процесів у сучасному соціокультурному просторі міст та роль урбаністичної спадщини у розвитку креативних індустрій.

Виходячи із зазначеної мети дослідження, головними **завданнями** під час його проведення були:

- виявити взаємозв'язок історико-культурного потенціалу міст та розвитку культурного туризму;
- виокремити об'єкти індустриальної спадщини, що є конструктами впливу туризму на розбудову інфраструктури творчих індустрій регіонів;
- дослідити особливості міського туризму, які є умовою переходу до більш локальної форми урбанізму та нового культурного досвіду;
- розглянути різноманіття шляхів впровадження креативних стратегій і концепцій розвитку міст;
- проаналізувати урбаністичний туристичний потенціал міста Біла Церква;
- запропонувати механізми вдосконалення туристичного іміджу Білої Церкви, як креативного міста.

Об'єкт дослідження – потенціал урбаністичної спадщини міста Біла Церква для розвитку креативних індустрій.

Предмет дослідження – механізми вдосконалення туристичного іміджу Білої Церкви засобами формування нових креативних просторів.

Методологічну основу дослідження склали принципи науковості та об'єктивності, соціокультурного і полісистемного аналізу, що ґрунтуються на працях вітчизняних та зарубіжних науковців та використані для з'ясування сутності і змісту ресурсів історичних міст в системі культурних та креативних індустрій, розглянути досвід реновації та розвитку креативних індустрій в світі й Україні, охарактеризувати розмаїття локальних підходів до формування креативних просторів міста на прикладі Білої Церкви. Застосування обраних методологічних підходів сприяло визначенню комплексу методів дослідження, що дозволяють якісно сформулювати результати дослідження для вироблення рекомендацій щодо застосування можливих механізмів

вдосконалення туристичного іміджу міста. Провідними методами дослідження виступають структурно-системний і порівняльний, що дали змогу оцінити елементи урбаністичної інфраструктури туристичних міст світу й України та інноваційні моделі освоєння культурної спадщини у креативних містах; методи моделювання і культурного проектування, що дають можливість змоделювати картину взаємодії урбаністичних елементів в системі культурних і креативних індустрій, туристичної та соціокультурної видів діяльності для вироблення пріоритетів трансформації культурних сенсів урбаністичної спадщини, а також підготувати ефективні інструменти вдосконалення туристичного іміджу міста Біла Церква шляхом розвитку креативних індустрій.

Джерельна база та стан наукової розробленості теми. Теоретичною основою дослідження є наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених, які наголошують, що збереження та відродження об'єктів урбаністичної спадщини повинне відбуватися у взаємозв'язку із розвитком культурних й креативних індустрій та ґрунтуватися на принципах реновації, модернізації, регенерації та ревалоризації за рахунок розширення спектру туристичних послуг. Очевидним є інтерес українських науковців до тема розробки інноваційних варіантів розвитку туристичної галузі у повоєнний період (Лабарткава В., Любіцева О., Моца А., Шевчук С., Серєда Н.). Особливості та перспективи розвитку міського та індустріального (промислового) туризму у регіонах України відображені в роботах таких авторів як Жук Ю., Пацюк В., Фастовець О., Черєдниченко О., Черєдниченко А.; сутність поняття унікальності міського простору та підходи до розуміння креативних стратегій розвитку міст розглядаються у працях таких вчених як, Габрель М., Косьмій М., Гладкий О., Ільченко С., Отрішко М., Френкель І.; актуальність питань у сфері підвищення конкурентоспроможності туристичної дестинації через креативні туристичні продукти та територіальний брендинг досліджують Н. Влащенко, Р. Ганинець, О. Гарбера, С. Дичковський, Т. Нагорняк; алгоритм участі у міжнародних та вітчизняних програмах і проектах у сфері культури і креативних індустрій пропонують Гончарова К., Ковальчук І., А. Образцова; інноваційні підходи до моделювання напрямів

розвитку рекреаційної діяльності в урбаністичних та природних ландшафтах розглядаються в працях таких дослідників. як Брусак В., Майданський М., Дмитренко А., Кузьменко Т., Мезенцева Н., Шевченко Н.; розвиток програми Європейських культурних маршрутів в Україні відображений в дослідженнях П. Береста; альтернативних видів туризму Т. Божук, А. Голода, Л. Черчик. Серед зарубіжних авторів, які займалися проблематикою реновації промислових зон та впливу культурних й креативних індустрій на інноваційний розвиток культурного, міського, творчого та індустріального туризму варто згадати Сенді Фітцджеральд, Чарльза Лендрі, Грега Річардса і Мелані Сміт.

Наукова новизна дослідження полягає у тому, проаналізовано ресурси урбаністичної спадщини з позицій їх залучення до туристичного використання та створення на їх основі стратегії розкриття культурного потенціалу міста, що дозволяє переосмислити існуючі туристичні продукти для формування нових напрямів креативної діяльності й інноваційних форм використання культурної спадщини. До наукових результатів, що визначає новизну дослідження, також відносяться проведений SWOT-аналіз переваг і недоліків розвитку туристичного урбаністичного потенціалу, відображений у Стратегії розвитку Білої Церкви та визначення механізмів потенційного позиціонування Білої Церкви як креативного міста та заходів щодо створення нових культурних просторів засобами урбаністичної спадщини.

Практичне значення отриманих результатів дослідження полягає в тому, що вони дають можливість подальшого вдосконалення змісту навчальних дисциплін освітньої програми «Крос-культурний менеджмент», практичної підготовки менеджерів, що займаються популяризацією урбаністичної спадщини, організації ефективнішої співпраці представників органів влади та місцевих культурних активістів для розробки цільових програм використання урбаністичної спадщини в системі культурних та креативних індустрій. Матеріали магістерської роботи можуть стати основою для вдосконалення та внесення правок до стратегії розвитку міста Біла Церква, для покращення

механізмів промоції урбаністичного туристичного потенціалу міста, розробки нових напрямів розвитку міських культурних просторів.

Апробацію результатів дослідження було здійснено шляхом оприлюднення досягнутих результатів на VII Всеукраїнській науковій конференції молодих вчених, аспірантів та магістрантів «Культура і мистецтво: сучасний науковий вимір» від 2 листопада 2023 року, тема доповіді «Аналіз урбаністичного туристичного потенціалу міста Біла Церква».

Структура роботи. Логіка дослідження зумовила таку структуру дипломної роботи: вступ, три розділи, висновки до кожного із розділів та загальні висновки, список використаних джерел (кількість – 78 найменувань), додатки. Загальний обсяг дослідження склав 99 сторінок.

РОЗДІЛ 1. РЕСУРСИ ІСТОРИЧНИХ МІСТ В СИСТЕМІ КУЛЬТУРНИХ ТА КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ

1.1. Взаємозв'язок історико-культурного потенціалу міст та розвитку культурного туризму

В сучасному глобалізованому світі основним завданням туристичної сфери урбаністичних територій є збереження локальної ідентичності та створення «ексклюзивного творчого продукту», що актуалізує необхідність збереження індивідуальності й місцевої специфіки, за рахунок інтеграції пам'яток культурної спадщини в туристичну мережу, формування позитивного туристичного іміджу та розвитку різних видів туристичних послуг з використанням культурного ресурсу міст [58].

Культурний капітал та креативний продукт міста мають створюватися в результаті оригінальних ідей та нововведень, які орієнтуються на сталий міський розвиток; збереження історичної пам'яті, культурних пам'яток та традицій місцевої гастрономічної спадщини й народних промислів; підтримку діяльності соціокультурних інституцій та обміну культурними стратегіями з іншими містами; заохочення до інноваційних культурних ініціатив, спрямованих на розвиток сфери гостинності та туристичної інфраструктури; формування мистецького простору через проведення виставок, фестивалів, сучасних творчих проєктів; просування бренду міста і підсилення його іміджу, як креативного міста за допомогою спеціалізованих видів туризму, серед яких культурний туризм займає чільне місце.

Сприяння розвитку культурного туризму в малих містах, що у Європейському Союзі мають такі статуси, як: мале історичне місто, мале рекреаційне місто, мале місто – заповідник та місто – музей, розглядається як інструмент сприянню промоції та інформаційного просування їх ресурсів, важіль комплексного розвитку територій разом із великими індустриальними центрами та сільськими територіями, чинник формування цілісності

загальнонаціонального культурно-комунікаційного простору, засіб нівеляції негативних стереотипів про окремі регіони, складова відродження локальних традицій, інтеграції окремих пам'яток культурної спадщини в туристичну мережу, яка стимулює затвердження окремих програм реставрації, створення нових іміджевих музеїв, скансенів, ресторанів традиційних страв, обладнання місцевими жителями гостьових кімнат для туристів, стимул до розвитку і функціонування креативних індустрій.

У число об'єктів культурного туризму входять різноманітні локації, що мають історико-культурну, мистецьку, сакральну, природну цінність: - історико-культурна спадщина (історичні території, архітектурні споруди і комплекси, зони археологічних розкопок, релігійні об'єкти, музеї різних тематичних напрямків, художні галереї та арт-центри, народні промисли і обряди, виступи фольклорних колективів); - культурні події (виставки, фестивалі, демонстрація особливостей побуту місцевого населення: кухня, костюми); - культурні кластери, що формуються на основі розвитку креативної ідеї, часто на шляху пролягання культурних туристичних маршрутів та унікальних природних місць[58].

У 1987 році за ініціативи Ради Європи був започаткований Міжнародний проект Європейських культурних маршрутів, що об'єднували в єдину систему стародавні транскордонні європейські торгові, паломницькі, історико-культурні тракти, а вже за наступних 35 років було офіційно сертифіковано 45 пан'європейських культурно-туристичних маршрутів Ради Європи. Основоположними угодами Ради Європи та інших міжнародних організацій, які залучені до програми, є: «Європейська культурна конвенція» (1955); Конвенція ЮНЕСКО про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини (1975); Конвенція ЮНЕСКО з охорони нематеріальної культурної спадщини (2003); «Європейська ландшафтна конвенція» (2004); «Рамкова конвенція Ради Європи про значення культурної спадщини для суспільства» (2005). Офіційно ці маршрути, які проходять територією понад 60-ти країн, називаються «Культурні Маршрути Ради Європи», а партнерами з їх підтримки на

офіційному рівні виступають Європейський Союз та Всесвітня туристична організація (UNWTO), Також використовуються інші назви «Культурні маршрути» або «Культурні шляхи». Першим Культурним маршрутом Ради Європи, який був офіційно сертифіковано став Шлях паломників Сантьяго-де-Компостела або, Паломницький Шлях Святого Якова, один із найважливіших християнських паломницьких маршрутів цілої Європи у Середні віки.

Згідно Міжнародної угоди щодо культурних маршрутів, критеріями сертифікації Культурного маршруту є: належність маршруту до транскордонної мережі не менше трьох країн, які є сторонами Європейської культурної конвенції; тема маршруту є перспективною для подальших досліджень; проекти мають реалізовуватися за підтримки декількох організацій та підтверджених фінансових і людських ресурсів, які забезпечать взаємодію між національними, регіональними та місцевими органами влади, широким колом асоціацій та представників бізнесу.; культурний маршрут включає в себе відповідні унікальні продукти культурного туризму, такі як освітні, культурні та мистецькі заходи для молоді, путівники, мати напрацьовані наукові тематичні дослідження, розроблені туристичні програми, фахових гідів, здатних проводити тематичні екскурсії та багато іншого [72].

Україна офіційно приєдналася до Розширеної часткової угоди про культурні маршрути Ради Європи 30 березня 2021 року[53] і представлена в трьох Європейських культурних маршрутах: Європейські шляхи Моцарта, Королівський Шлях або VIA REGIA, а також Європейський шлях індустріальної спадщини. Проте, долучення вітчизняних культурних і туристичних об'єктів до цих маршрутів, поки що, є доволі кволим. вважає П. Берест, оскільки значна кількість культурних пам'яток і музеїв мають потенціал як приєднатися до вже існуючих в Україні Європейських культурних маршрутів, так й претендувати на входження до тих 42 з 45 культурних маршрутів Ради Європи, до яких наша країна ще не долучилась[2].

Ґрунтуючись на спільній історико-культурній спадщині України та інших країн Європи, науковець доходить висновків, що наша держава вже зараз має всі

підстави приєднатись до наступних 18 культурних маршрутів: Шляхи паломників Сантьяго-деКомпостела (Подільський шлях Святого Якова); Ганза (Львів, Володимир (Волинський), Луцьк, Київ); Трансроманіка (спадщина Римської імперії в Україні); Європейський маршрут кладовищ (Личаківське - у Львові, Байкове - у Києві, Козацьке кладовище під Одесою та інші стародавні поховання, які зараз активно досліджуються громадською організацією «Україна Інкогніта та можуть стати цікавими DESTИНАЦІЯМИ на цьому загальноєвропейському маршруті); Стежками доісторичного наскального мистецтва (Кам'яна могила); Європейський шлях мегалітичної культури (менгіри, дольмени на півдні України та в Криму); ATRIUM (архітектура тоталітарних режимів 20 століття в міській забудові); Шлях Габсбургів або Via Habsburg (найбільше пам'яток на західноукраїнських землях); Шляхи Кирила і Мефодія; Шлях вікінгів, Маршрути імпресіонізму, Шляхи Реформації, Мережа Модерну (Réseau Art Nouveau), Європейський маршрут історичних садів, Європейський маршрут історичних термальних міст, Європейський шлях кераміки, Європейський шлях єврейської спадщини та Шлях виноградної лози (Iter Vitis). Всі ці маршрути Ради Європи мають з Україною спільну спадщину, а наявні туристичні DESTИНАЦІЇ та культурні об'єкти дозволяють сприяти всебічному розвитку територій по яких ці туристичні маршрути будуть пролягати[2].

За моделлю відомого у всьому світі Шляху святого Якова був створений Подільський шлях святого Якова – Camino Podolico – пішохідний культурний маршрут, який пролягає через 13 населених пунктів Вінницької та Хмельницької областей, що мають відомі у регіоні і за його межами сакральні об'єкти: Вінниця, Гнівань, Браїлів, Жмеринка, Северинівка, Бар, Ялтушків, Віньківці, Зіньків, Маліївці, Дунаївці, Маків, Кам'янець-Подільський. На шляху, що розрахований на 10–14 днів, через кожні 15–25 км є заклади розміщення: готелі, зелені садиби, гуртожитки, кемпінги. Крім того, в деяких населених пунктах можна знайти прихисток у монастирях. Ділянки маршруту промарковані жовтими стрілками, щоб мандрівник міг легко знайти дорогу далі, а атрибутами для мандрівки є:

паспорт пілігрима, наліпки та печатки, друкована мапа, детальний електронний трек, путівник та стенди біля найцікавіших місць[33].

Велика кількість туристичних destinations, які можуть стати туристичними destinations чи локальними об'єктами Європейських культурних маршрутів, стати головними туристичними атракціями регіону та приваблювати закордонних туристів, знаходиться на території Центральної України, зокрема: Трипілля, Переяслав, Буки, Чигирин, дендрологічні парки «Олександрія» і «Софіївка». Проте, на жаль, природні ландшафти, палацові комплекси, об'єкти історичної, культурної, міської чи промислової архітектури, які мають свою культурну ідентичність, і в Європі діють як привабливі, прибуткові, топові туристичні destinations, в нас – або не реставруються й занепадають, або зносяться для комерційної забудови. Тому особлива увага науковців, дослідників, туристичних організацій, місцевої та державної влади має приділятися проведенню наукових студій, розробці освітніх програм, впровадженню сучасних культурних та мистецьких практик, що неможливе без активного розвитку культурного туризму та розбудови конкурентоздатних (на високому європейському рівні) туристичних destinations[1].

Завдяки приєднанню до програми «Культурних маршрутів» Ради Європи, Україна зможе популяризувати об'єкти культурної спадщини, залучати туристів, що сприятиме проведенню фестивалів та зростанню відвідуваності українських закладів культури. У рамках програми «Культурні маршрути» пропонується модель культурного і туристичного менеджменту спрямована на реалізацію європейської стратегії туризму, особливо в сфері культурного туризму, впровадженню спільних інноваційних проєктів для підтримки культурного та економічного розвитку, сталого туризму та європейської громадянської самосвідомості.

Потужний взаємозв'язок урбаністичного потенціалу міст та розвитку культурного туризму спостерігаємо через проведення культурних заходів, фестивалів, виставок не лише у закладах соціокультурної інфраструктури (музеях, виставкових залах, галереях та ін.), а й у арт-кварталах, освітніх

установах, архітектурних спорудах промислового походження, мистецьких акціях в національних парках, виступах музичних груп на стадіонах, аеродромах та інших туристичних атракціях міського культурного туризму, що сприяють обміну культурними цінностями між різними групами людей та розвитку альтернативних напрямків сучасному масовому туризму, що пропонує невеликі, місцеві туристичні продукти, в розробці і просуванні яких бере активну участь місцева громада та які сприяють культурній та екологічній стійкості [68].

Серед переліку науково-мистецьких заходів Міжнародного Маніфесту миру «Культура на шляху», який відбувся 30 серпня – 2 вересня 2022 року на перевалі Урделе – найвищій точці мальовничої гірської дороги Трансальпіна в Румунії були демонстрація скульптури (скульптура голови Сократа Єжи Янковського), живопис (вернісаж однієї картини «Брама часу» Станіслава Яворека (Черкаса), різьба по дереву (різьблення «Аніоли» (сучасного дракона) Болека Майерика), співана поезія (звучали відомі і бардівські польські, українські і англійські пісні), філософія приготування їжі (вареники з бриндзею, андрут з дикими ягодами) і українська вишивка – спеціально підготовлена для вишивання авторська серветка-сувенір[3. С.25].

В останніх півстоліття в економічно розвинених країнах світу активно розвиваються види туризму, що організовані на засадах сталого розвитку та сприяють комплексному збереженню культурно-природного середовища й традиційних видів занять місцевих громад, а також допомагають зменшити негативний вплив масового туризму на природні ресурси: екологічний туризм, сільський, етнічний, велосипедний, гастрономічний, культурний, пригодницький, серед яких вагоме місце займає й альтернативний вид туризму, як невиснажливий для довкілля та протиставлення уніфікації дестинацій та обмеженню свободи вибору туристами напрямів, форм і видів подорожей[13. С.33].

Окремі країни, що стали в останні десятиліття дестинаціями інтенсивних туристичних потоків, почали впроваджувати альтернативний туризму у стратегію формування державної туристичної політики. Формування сучасного

цифрового суспільства, що базується на вільному доступі до інформації, зокрема туристичної, дає можливість самостійного вибору маршрутів, туристичних локацій, графіку своїх подорожей. Завдяки доступності Інтернету і соціальним медіа, онлайн-бронюванню, платформам для обміну житлом, віртуальним екскурсіям та 3D-турам, мандрівники можуть легко знаходити інформацію про альтернативні туристичні напрямки, отримувати рекомендації від інших туристів і обирати маловідомі місця для подорожей.

1.2. Об'єкти індустріальної спадщини, як конструкти впливу туризму на розбудову інфраструктури творчих індустрій регіонів

Промислові споруди та об'єкти індустріальної спадщини, як елементи повсякденного функціонування міста можуть бути використані для створення унікальних туристичних маршрутів й місць для культурних та творчих подій, стати чинниками розвитку туризму та розбудови інфраструктури творчих індустрій. Культурний простір міських регіонів, який формувався протягом тривалого часу за рахунок фабричних будівель, заводських комплексів та інших промислових споруд може визначати їх архітектурний ландшафт і використовуватися для створення культурних центрів, арт-галерей, майстерень та студій для митців, стати ресурсом розвитку творчого досвіду і символом креативного міста.

Розвиток туризму і культурна регенерація стають частиною загальноміського відновлення і не випадково об'єкт, який можна вважати одним із перших символічних об'єктів переходу від старого індустріального до нового постіндустріального етапу розвитку міст, називався «Фабрика» (The Factory) - це мистецька студія, яку створив відомий американський художник і фігура поп-арту Енді Воргол 1962 року у Мангеттені в Нью-Йорку. Основною метою "Фабрики" було створення нових форм мистецтва та популярних культурних продуктів, що використовували новаторські техніки та матеріали. Це був початок становлення сучасних культурних центрів, в яких художники, музиканти та

культурні діячі, а старі промислові майданчики повернулися до життя як фабрики іншого типу: фабрики культури[16. С.196].

Із моменту заснування культурних центрів мережі Trans Europe Halls (ТЕН), фабрики культури були тісно пов'язані зі старими заводськими і фабричними приміщеннями, що цінуються як документальний доказ екстраординарності індустріального періоду людської історії. І сьогодні одним із критеріїв членства у ТЕН є такий: «бажано, щоби будівля для розміщення центру мала колись торгове або промислове призначення» [44]. Зрозуміло, що молоді активісти та художники могли самовільно займати чи орендувати ці старі будівлі, бо вони були покинуті або дешеві, але їх також притягувала історія цих місць. Тому багато індустріальних споруд були використані для створення мистецьких закладів, а значна частина з них була відновлена та перетворена на промислові музеї, щоб розкривати різні аспекти історичної індустріальної спадщини окремих країн та вплив промислових галузей на культуру та економіку, стати об'єктами показу при організації туристичних маршрутів у різних частинах світу.

Матеріальна культурна спадщина, частиною якої є індустріальна спадщина, визначається як сукупність будівель та артефактів, вироблених суспільством з використанням праці, і вважається досить важливою для збереження майбутніх поколінь. Індустріальна спадщина як поняття та концепція виникли порівняно нещодавно й зазнали значні зміни впродовж останніх десятиліть. Будучи частиною матеріальної культурної спадщини, в найзагальнішому вигляді індустріальна спадщина визначається як сукупність будов і артефактів, зроблених суспільством з використанням праці й що вважаються досить важливими для збереження їх для майбутніх поколінь[42. С. 138].

Серед основних видів індустріального туризму можна назвати наступні: відвідування закинутих об'єктів; постпаломництво, тобто відвідування занедбаних десакралізованих об'єктів релігійного вшанування; інфільтрація – проникнення на території, що охороняються, а також території діючих

промислових зон та зон, не створених для перебування в них; диггерство – дослідження підземних споруд; руфінг – прогулянки дахами; урбанізм – це любов до міських пейзажів, сформована в результаті розширення, розвитку або навпаки, занепаду міських територій; сурвівалізм – виживання в екстремальних умовах [22. С.124].

За визначенням В.С. Пацюка, індустріальний туризм - це вид активного туризму, зосередженого в промислових регіонах, що має за мету споглядання індустріальних ландшафтів, ознайомлення з витворами індустріальної архітектури, відвідування як функціонуючих, так і непрацюючих виробничих підприємств з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових інтересів [37]. Ознайомившись зі світовим досвідом розвитку індустріального туризму, вчений звертає увагу на такі характерні особливості, серед яких, в контексті нашого дослідження найбільший інтерес становлять: найоптимальнішими умовами розвитку індустріального туризму є формування яскравих вражень у туристів шляхом збалансування розважальної, навчальної та естетичної складової; розвиток індустріального туризму сприяє покращенню іміджу промислових регіонів за рахунок створення креативних кластерів, арт-галерей, театрів та майстерень для митців в індустріальних частинах міст; тенденціями останнього часу є організація спеціалізованих індустріальних турів та індустріальних парків, в яких створюються умови інтерактивних досліджень, коли відвідувачі можуть не лише вивчати історію, технології, вплив промислових технологій на культуру, економіку та життя місцевих жителів, формування символічного промислово-культурного ландшафту, його динаміку в історичній проекції, а й взяти участь у майстер-класах, фестивалях, концертах, виставках та інших культурних подіях, моделюючи сучасний соціокультурний простір.

Виділення перспективних для нашої держави видів туризму та формування концепцій їхнього ефективного розвитку є актуальним завданням. Теперішній турист не має надто багато часу у своєму розпорядженні, і тому його дедалі більше цікавлять такі види відпочинку, які можна поєднувати з пізнавальними

цілями. Таким видом альтернативного туризму, який можна розвивати в Україні, є промисловий туризм, вважає Ю. Жук. І саме промисловий туризм має всі можливості стати одним із найбільш затребуваних напрямів для подорожей по Україні, а особливо в періоди кризи. Зокрема, у Львівській області, окрім курортних і рекреаційних об'єктів, є багато діючих та колишніх промислових об'єктів, на яких доцільно проводити екскурсії, створювати музеї, які присвячені розвитку промисловості в регіоні, а також народних промислів, які варто популяризувати через організацію тематичних подій, проведення майстер-класів, виставок та демонстрацій старовинного обладнання й технологій. Все це в сукупності становить об'єкти промислового туризму [18. С. 54].

У львівському районі Підзамче багато підприємств, які занепадали після розвалу СРСР, дістали нове дихання завдяки ревіталізації. Це частина покинутих приміщень Львівського заводу радіоелектронної медичної апаратури, яку віддали в оренду арт-студіям, фотографам і дизайнерам та створили тут дизайнерське бюро *Nochu gauci*, архітектурну студію і спільноту стріт-арт-художників "Фарбований лис". У 2015 році австрійський історик Гаральд Біндер придбав приміщення Львівського винзаводу, і компанія *Atelier Stephan Rindler* виграла конкурс із ревіталізації з проектом створення культурного центру, де планують відкрити великий виставковий зал сучасного мистецтва для українських і зарубіжних художників. Майже 125 років у центрі Львова було занедбане трамвайне депо, і ось на його місці відкрили науково-інноваційний центр *Lem Station*, присвячений пам'яті польського письменника-фантаста Станіслава Лема. Тут є публічний простір, івент-хол, коворкінг, ресторан, гастрономічний інкубатор, лекторій, музей науки і техніки, готель на деревах [5].

Головними критеріями ефективності проектів із перепрофілювання індустріальних об'єктів, зокрема й музеєфікації, вважаються екологічна чистота й комерційна привабливість. Для оптимізації витрат індустріальні пам'ятники та прилеглі території об'єднуються в мережу музейно-ландшафтних парків, які включають об'єкти техногенного (промислового) туризму та об'єкти культурно-мистецького характеру та культурно-мистецькі заклади, наприклад, музеї,

театри, галереї, незалежні культурні інституції тощо. Наприклад, соляна шахта у Величці – родовище кам'яної солі в місті Величка (Польща), яке розроблялося з XIII по XX століття. Шахта відображає розвиток методів й технологій видобутку солі протягом семи століть. Вона являє собою коридори і галереї на семи підземних рівнях на глибині від 57 м до 198 м загальною протяжністю понад 200 км [42. С. 141-142]. Туристичний маршрут довжиною 3,5 км., тягнеться по виробленій частині соляних копалень (на глибині від 64 м до 135 м), де гірники вирізали з солі понад двадцять гrotів і каплиць. Гірники з Велички залишили численні сліди художньої майстерності у вигляді скульптур і барельєфів, казкові печери, прикрашені дивовижними фігурами каплиці, чарівні підземні озера.

Ціла низка міських індустріальних об'єктів у різних країнах та регіонах, які включають промислові райони та заводи, шахтарські міста та фабричні селища, іригаційні системи та соляні шахти, оборонні споруди та старовинні копальні, порти та судноверфі, залізниці та вокзали, парові станції та вітряки, входить до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО з охорони культурних та природних пам'яток. Частина із них, на сьогодні є відомими об'єктами культурного туризму: згадувана вище соляна шахта у Величці за 13 км від Кракова (Польща) з музеєм гірничої техніки та геологічним заповідником Кристалічні Гrotи; Ліверпуль - місто мореплавців та торговців (Великобританія); стара вугільна шахта Цольферайн у місті Ессен (Німеччина); старий портовий квартал Брюгген у місті Берген (Норвегія); гірничопромислове місто Рерус (Норвегія); фабричне селище Креспі д'Адда (Італія); порт, укріплення та пам'ятники міста Картахена (Колумбія).

Творчі ідеї здатні кардинально трансформувати міський простір. Наприклад, шахта Zollverein у Ессені, після зупинки шахти у 1980-х роках за ініціативи уряду була перетворена на індустріальний музей під відкритим небом. Сьогодні історію шахти презентують за допомогою оригінальних механізмів, високотехнічних моделей та мультимедійних інсталяцій. На території комплексу працює кілька інноваційних музеїв. У Римі стріт-арт художники перетворили територію заводу, що не працював протягом 60-ти років у міський арт-простір.

Завдяки організації 999Contemporary у промисловій зоні розмістився анархічний музей Ex Mira Lanza. Пошарпані стіни та ворота прикрасили цікавими муралами. Зафіксували та розмалювали металеві сходи, що ведуть в небо. Прогалини у стінах перетворили на книжкові полиці.

Трансформація старих промислових територій, з одночасним збереженням самобутності, автентичності та ідентичності історичних ресурсів міського середовища називається "ревіталізацією", яка зародилася в розвинених країнах світу ще у другій половині XIX століття. Ось цим ревіталізація і відрізняється від реконструкції, адже вона не змінює зовнішнього вигляду споруд, а тільки їхній інтер'єр, тому цінність історико-культурного об'єкта не втрачається. Радше навпаки, це позитивно впливає на розвиток міста, стимулює появу креативних кластерів, приваблює туристів і сприяє підвищенню якості життя містян [5].

Саме історичним містам, де створюються всі умови для креативного класу, де є різноманітне культурне життя з багатьма культурними майданчиками, музеями, художніми галереями, кафе, клубами, музичними сценами, віддають перевагу творчі люди. В даному випадку промислова архітектура постає як елемент створення культурного простору, як складова культурного ландшафту, за допомогою якого у туриста формуються образи індустріальної ментальності місця, які підкреслюють його культурну привабливість і спадщину.

Розвиток промислового туризму може сприяти не лише збереженню історичних об'єктів та промислової спадщини, але й створити нові можливості для розвитку туристичного сектору, збільшення робочих місць та підприємств. У 1960-х роках Фремонт – ексцентричний район у Сієтлі (США), зазнав значних змін за рахунок перетворень соціокультурного простору креативним класом: виникли території різноманітного стріт-арту та паблік-арту, фотостудії, арт-кафе і багатофункціональні майданчики з ринками, пивбарами і фастфудами. Класичний індустріальний район Liberty Village в Торонто, де протягом XIX–XX століть успішно працювали заводи, а в 1980 році почали занепадати, завдяки проєкту ревіталізації покинутих приміщень, всього через 20 років був

перетворений на епіцентр культурно-розважального життя з галереями сучасного мистецтва, ресторанами, парками і стадіонами.

Оскільки розвиток туризму спрямований на збереження культурного розмаїття, то й культурна регенерація має стати частиною загальної міської стратегії. Одним із варіантів стратегії багато міст вибирають створення інтеграційних «культурних кварталів» або «культурних районів», призначених як для місцевих жителів, так і для туристів. Яскравими прикладами перетворень у 1970-1990-ті роки індустріальних міст у міжнародні культурні майданчики є Пітсбург, Бостон, Балтімор, Глазго, Бірмінгем, Бредфорд, Шефїлд, Ліверпуль, Ньюкасл. У Таллінні у кварталі Rotermannі після розвалу СРСР частину споруд зруйнували, і тому тут спочатку реконструювали солесховище і відкрили музей естонської архітектури, кінотеатр, готелі. У такий спосіб територія напівзакинutoї промзони перетворилася на культурний квартал, який скидається на нью-йоркський Сохо.

На території портової зона в Ріо-де-Жанейро, яка колись була депресивним і занедбаним районом у Бразилії, у 2010-х роках відбулися стрімкі зміни завдяки проєкту ревіталізації, в межах підготовки до чемпіонату світу з футболу у 2014 році і літньої Олімпіади у 2016 році. Місцева шоколадна фабрика площею 10 тис. м² стала територією для розміщення фотоательє, художніх майстерень, дизайнерських та архітектурних бюро, салонів, магазинів модного одягу та офісів. На території найбільшого металургійного заводу в Люксембурзі реалізують проєкт ревіталізації під назвою Esch Belval, де планують розташувати факультет місцевого університету, державні науково-дослідні установи, студентське містечко. Один із цехів заводу з доменною піччю вже став музеєм, а інший – бібліотекою. М.К. Сміт наголошує, що «багатьом індустріальним містам часто не вистачає архітектурної та естетичної чарівності, що є в історичних міст... Тому для залучення інвестиції та гостей такі міста мають стати не просто творчими та інноваційними, а унікальними дестинаціями, створюючи нові об'єкти, які посилюють атрактивність міського середовища [78].

У Києві більшість промислових підприємств не працюють. Ці підприємства існують за рахунок здавання площ в оренду під складські чи адміністративні приміщення. Їх майбутнє – знесення або ревіталізація. Ревіталізація (від лат. *re* – відновлення, *vita* – життя) – процес відродження, відбудови та оживлення міського простору, переосмислення ролі промислових територій в умовах реконструкції історично-сформованого міста. Основним завданням ревіталізації є редизайн промислових будівель і територій навколо них з метою соціалізації простору, вдосконалення елементів інфраструктури, що сприяє культурному розвитку [12. С. 53].

Промисловий туризм у Києві та Київській області має значний потенціал для розвитку. Ця область багата на історичні промислові комплекси, музеї, текстильні заводи, об'єкти сільськогосподарського виробництва та багато інших індустриальних об'єктів, які можуть стати цікавими для туристів. Неабияку зацікавленість у туристів викликає кладовище будівельних та промислових кранів в м. Київ (район Видубичі), Київський автобусний парк №7 (збережений, але потребує реставрації), Кінотеатр «Жовтень» (реконструйований), та міста-«привиди»: Чорнобиль, Поліське, Прип'ять.

Автопарк із вантовим даховим покриттям на Дарниці в Києві звели у 1973 році. «Футуристична споруда» має дископодібну, як гігантський НЛО, форму. Проте у працівників автопарку були інші асоціації. Її там прозвали «цирком» або «барабаном». У депо щодня обслуговувалося 400 автобусів, які здійснювали міські, міжміські і міжнародні маршрути. Розвал СРСР і тривала економічна криза сприяли занепаду автопарку. «Київпастрас» використовував депо для збереження непридатного до експлуатації громадського транспорту. Поступово будівля занепадала, й постало питання про її знесення з наступним продажем ділянки під забудову. Але незгодна з таким рішенням громадськість закликала міську владу зберегти унікальну споруду. Сьогодні це зразок індустриальної архітектури. За визначенням американського медіа CNN, автопарк — «найразючіший приклад радянського модернізму», «прихована реліквія» попередньої доби.

За час свого існування «Жовтень» жодного разу не змінював свого призначення. У роки німецької окупації будівля його теж зберегла, тільки назва змінилася на «Глорію». А в 1943 році, після встановлення у Києві радянської влади, кінотеатр отримав свою нинішню назву. Російська «Октябрь» так і не прижилася. У жовтні 2014-го кінотеатр було підпалено. Внаслідок пожежі та пошкодження водою під час її ліквідації будівля зазнала значних руйнувань. Замовників підпалу так і не знайшли. Однак кінотеатр знову вижив — його відновили й надали йому статус пам'ятки архітектури. У своїй новітній історії, що веде відлік від 2000 року кінотеатр зайняв особливу нішу в кінематографічному просторі — він став «кінодомом», куди глядачі приходять за найкращими зразками світового та національного кіно, різноманітними фестивальними програмами, передпрем'єрними показами. Тут проходять творчі зустрічі та ретроспективи фільмів[64].

Покинута місто Поліське (колишня назва Хабне) знаходиться у Київській області, на березі річки Уж, приблизно за 50 кілометрів від Прип'яті та Чорнобиля. У радянські часи Поліське було невеликим, але тут було кілька підприємств: виробництво тканин, меблів та продуктів. Після аварії на Чорнобильській атомній станції у Поліське евакуювали частину людей з Прип'яті. Але рівень радіації тут також був надто високим для життя, тому евакуйовані люди та місцеві жителі поступово покинули місто. До 1993 року Поліське ще було адміністративним центром, а у 1999 році місто офіційно перестало існувати [29].

Істотно підняв популярність промислового туризму вихід комп'ютерної гри S.T.A.L.K.E.R. в 2007 році. Саме з її появою слово «сталкер» стає більше вживаним стосовно людини, що захоплюється індустріальним туризмом. Багато творчих людей надихаються видами на ЛЕП, залізничних розв'язок й депо, атмосферою спальних районів, міських колодязів, тупиків, дивних і незвичайних місць, давно невикористовуваних доріг, і взагалі неофіційним життям міста, а також будь-яких залишених (занедбаних) споруджень із метою одержання психологічного й естетичного задоволення або задоволення дослідницького

інтересу, захоплення у вигляді фотографування. Це явище включає багато рис молодіжної субкультури й англійською мовою зветься «urban exploration» (міське дослідження). У країнах Європейського союзу діють туристичні фірми, що пропонують тури по не традиційним куточках європейських міст. На заході, як можна прочитати на англійській сторінці Вікіпедії Urban exploration, новий вибух інтересу до цієї субкультури покоління нульових відбувся завдяки телевізійним шоу й періодичним виданням[59].

ВИСНОВКИ ДО 1 РОЗДІЛУ

Реалізація програм з використання історико-культурного та природного потенціалу регіонів з метою розвитку культурного туризму надає широкі можливості не лише жителям місцевих громад, а й туристам, що відвідують ці території, а саме: популяризація культурної спадщини; розвиток унікального міського середовища за рахунок формування креативних просторів; створення системи раціонального використання унікальних ресурсів для туризму за рахунок використання внутрішніх резервів; вирішення проблеми сезонного коливання попиту, шляхом пропозиції різноманітних форм використання елементів культури; модернізація (ревіталізація) застарілих і нефункціональних промислових зон та відновлення інфраструктури історичних поселень (пам'ятників, будівель); зростання зайнятості і доходів місцевих жителів та бізнес-структур регіону;

Розвиток культурного туризму на урбанізованих територіях в історичних регіонах має відбуватися з урахуванням програм туристичної розбудови прилеглих сільських поселень, де місто виступає джерелом культурних інновацій, а село - ядром культурних традицій (народні звичаї, обряди, промисли та ін., що дозволяє виявити найбільш характерні для даного регіону культурні особливості та розробити різноманітні варіанти туристичних маршрутів.

Формування регіональних та міжнародних культурних маршрутів співвідноситься із різними соціокультурними та економіко-управлінськими аспектами розвитку історичних міст та ґрунтується на креативних підходах до використання наявної культурної спадщини, що потребує вивчення урбаністичного й природного потенціалу історичних міст відповідними фахівцями, виокремлення і розбудови мережі туристичних об'єктів, які мають тематичні туристичні програми, орієнтовані на використання культурних об'єктів. Зокрема, приєднання України до мережі Європейських культурних маршрутів, відкриває можливості для розвитку нових туристичних дестинацій, сприятиме появі сучасної інфраструктури навколо них, стимулюватиме

формування ефективних моделей культурного туризму, матиме вплив на покращення стану історико-культурних пам'яток, збереження і розвиток культурних й туристичних локацій та активізації наукових досліджень в цій галузі [2].

Розбудова інфраструктури творчих індустрій регіонів на базі індустріальної спадщини може здійснюватися шляхом використання різних підходів: створення креативних об'єктів на території ревіталізованих історичних промислових будівель (арт-центри, коворкінги, арт-галереї, музеї, арт-кафе, виставкові центри, арт квартали та ін.); стимулювання державою інвестиційних проектів для реставрації та розвитку об'єктів індустріальної спадщини; привернення уваги до цінних в історичному та культурному плані промислових об'єктів за рахунок мистецьких інсталяцій, виставок, театральних постановок та інші культурних подій; розвиток туристичних маршрутів та програм, що демонструють культурну спадщину індустріальних об'єктів; проведення освітніх та дозвіллевих заходів в музеях індустріальної спадщини й підготовка достатньої кількості гідів-екскурсоводів на об'єктах індустріального туризму; розробка стратегій сталого розвитку місцевих громад, що ґрунтуються на використанні простору історичних промислових комплексів для розбудови спортивних об'єктів, парків і рекреаційних зон.

РОЗДІЛ 2. ДОСВІД РЕНОВАЦІЇ ТА РОЗВИТКУ КРЕАТИВНИХ ІНДУСТРІЙ В СВІТІ ТА УКРАЇНІ

2.1. Міський туризм як перехід до більш локальної форми урбанізму та нового культурного досвіду

Поширення уніфікованих туристичних маршрутів, комерційних пропозицій туристичними сайтами стало одним із чинників прагнення туристів до самостійного пошуку «місцевого» колориту, як елемента міського туристичного досвіду місця, де домінують певні архітектурні будівлі, виникнення практик створення пішохідних маршрутів, що пропонують не лише популярні пам'ятки як в історичних центрах міст, так і поза їх межами, а спонтанну та більш автентичну культурну взаємодію з місцевими жителями, до розмивання кордонів повсякденного життя та туризму

У той час як «класичні» моделі міського туризму продовжують пропонувати переважно оглядові екскурсії, в яких основна маса туристів прямує до «міських пам'яток», ці нові міські туристичні практики та нові актори на арені освоєння «звичайних» просторів, використання міської інфраструктури та міського середовища для організації культурних подій – усе це різко кидає виклик сучасній системі міського туризму і вимагає нових теоретичних рамок, вважає Грег Річардс [76].

Оскільки міський туризм знаходиться на перехресті багатьох соціальних та економічних галузей урбанізованого середовища, то він створює різноманітні туристичні продукти (культурний, історичний, подієвий, спортивний, діловий, гастрономічний, шопінг-туризм та ін.), оскільки в ньому використовуються різні кластери міських особливостей і послуг низки туристичних ринків, та широкий спектр культурного досвіду для людей, які мають численні мотивації, уподобання та культурні перспективи й залучені до діалектичної взаємодії з приймаючою спільнотою.

Водночас, розвиток великих подієвих заходів та надмірні потоки туристів у глобальних туристичних містах може призводити до тенденцій опору у місцевих жителів і розвитку овертуризму та формування нової «недружньої ідентичності» міських громад, тим самим створюючи дуже різні траєкторії міського туризму, хоча й уряди багатьох держав продовжують позиціонувати та легітимізувати розвиток туризму як наріжний камінь економічного розвитку.

Концепція надмірного туризму була розроблена на основі багатьох ранніх концепцій міського туризму і означає ситуацію, коли вплив туризму в певний час та в певних місцях перевищує фізичні, екологічні, соціальні, економічні, психологічні та/або політичні пороги справлятися з впливом скупчення людей, здатністю місцевих органів влади сприймати, керувати та керувати наслідками надмірного зростання туризму, що ставить під загрозу якість життя приймаючої громади. Надмірний туризм знову наголошує на необхідності переглянути та переосмислити парадокс, що туристи потребують міст, але міста не обов'язково потребують туристів або навіть не хочуть туристів у своїх громадах. Місцеві нюанси розвитку міського туризму залежать від потенціалу кожної місцевості, її стратегій використання історичних кварталів та природного середовища також додадуть враження надмірного туризму, як і стреси повсякденного міського життя

Прості моделі традиційного міського зонування є статичними та застарілими й не враховують того, як міста динамічно трансформуються, щоб створити місця для дозвіллевої діяльності. Найбільш очевидним шляхом в цьому контексті є створення туристичних і рекреаційних зон, креативних кластерів, а також використання практик «зонування подій» (одноразове розмежування міського простору для параметрів зони подій, тимчасове використання громадського парку для встановлення нового атракціону,), що відображає інтеграцію між міським туризмом і креативними та культурними індустріями[67].

Протягом постіндустріального періоду розвитку міського туризму простежуються певні цикли зростання та зниження привабливості міст для їх

відвідувачів залежно від туристичної пропозиції, яка ґрунтується на культурній спадщині та рекреаційних ресурсах. Зокрема, розвиток пляжного відпочинку і поширення масових форм туризму на прибережних районах (приспосованих, або спеціально створених для курортного туризму), може призвести до втрати їх привабливості як місць для ексклюзивного відвідування. Дуже часто цікаві об'єкти культурно-пізнавального туризму розташовані на периферії великих міст або їх околиць, що теж знижає інтерес до міст, як локації для відвідування. Проте, в останні десятиліття, обсяги міського туризму зростають, що обумовлено наступними чинниками: короткотривалих турів, турів вихідного дня, як окремого напрямку з відпочинком переважно в містах; рейси недорогих авіакомпаній до великих міст та історичних територій з'єднали великі ринки постачальників туристів, в першу чергу, це стосується Європи; культурна спадщина та креативний капітал відіграють важливу роль у зміні багатьох постіндустріальних економік міст, і міста стали пропонувати різні напрямки культурного та креативного туризму, включаючи мистецькі події, фестивалі, культурні квартали, пов'язані із популяризацією звичаїв та традицій, гастрономічною культурою, монументальною архітектурною спадщиною, культурою корінних народів, творчими індустріями, що створюють умови для отримання локального урбаністичного досвіду.

У секторі поширення культурних і креативних індустрій в міському середовищі провідна роль належить європейській спільноті, а головним завданням культурної політики Європейського Союзу проголошено культурна спадщина, міжкультурний діалог, розвиток творчих індустрій, що має сприяти створенню нових сенсів в культурі, подальшому зростанню виробництва культурної продукції, як стимулу для туризму та сталого розвитку, одночасно відкриваючи нові канали комунікації, міжкультурного діалогу та миротворчої діяльності[65].

Культурно-історичний туризм, культурно-пізнавальний та промисловий види туризму пов'язані з містом як з географічним утворенням, оскільки саме в містах відбувається найбільше зосередження об'єктів культурної спадщини та

інфраструктури соціокультурної сфери, розвиток інноваційної спадщини та культурних просторів у вигляді мистецьких установ і туристичних маршрутів, створення культурних брендів і проведення знакових подій у галузі культури, зокрема Року культурної столиці Європи, що, в свою чергу, сприяє розвитку різних напрямків культурного туризму саме у даному місті, сталому міському туризму та компенсує негативні наслідки, пов'язані з економічною реструктуризацією багатьох міст.

Для досягнення успішної міської регенерації необхідно залучати креативний клас та митців, які вдало поєднують креативні простори, події та туризм, творять унікальні культурні продукти, сприяють збереженню автентичної спадщини, а не сприяють створенню гіпертрадиції та автентичної підробки. Зокрема, окремі вчені навіть пропонують містам створювати можливості для сприяння розвитку творчого туризму на противагу культурному туризму, оскільки більшість міст настільки інтенсивно використовують головні пам'ятки культури та спадщини, церкви, музеї, що культурні туризм став формою масового туризму, де пропозиція туристичного продукту страждає від «серійного відтворення», серійної монотонності [77]. Тому місцеві громади можуть надати перевагу перетворенню міст як культурних локацій у місця креативності, як у туристичних атракціях, які вони пропонують, так і в подіях, які вони проводять.

Такі всесвітньо відомі заходи подієвого туризму та різноманітні культурні фестивалі, як Фестиваль Святого Патрика в Лондоні (Велика Британія) та Дубліні (Ірландія), культурний фестиваль у Берліні (Німеччина), оперний фестиваль у Вероні (Італія), фестиваль «Цирк майбутнього» в Парижі (Франція), Октоберфест або фестиваль пива в Мюнхені (Німеччина), фестиваль бонсай у Нарі (Японія) та багато інших. активно стимулюють розвиток міського туризму, збільшуючи в кілька разів приплив іноземців до міста, сприяючи залученню інвестицій, активізації міжнародної економічної діяльності[52].

Творче переосмислення урбанізованих соціокультурних просторів визначає культурну компоненту як провідну стратегію розвитку міста, але

вирішення щоденних проблем вимагає різноманітних типів креативності і критеріїв оцінки креативного розвитку міста: це креативність науковців і чиновників, спрямована на вирішення проблем довкілля і розробки міської політики; це креативність інженерів для вирішення технічних проблем в сфері інфраструктури; це креативність митців, спрямована на зміцнення міської ідентичності; це креативність підприємців в сфері виробництва нових продуктів і послуг, вважає С. І. Дичковський [16].

Величезну роль у збереженні та популяризації культурно-освітніх ресурсів міського туризму відіграє міжнародна організація ЮНЕСКО. Її список Всесвітньої культурної спадщини включає майже три сотні найбільш значущих об'єктів міської культури, історії, археології та архітектури (крім суто природних позаміських об'єктів) і є найкращим путівником для міських туристів. До цього списку увійшли культові споруди різних країн і континентів, історичні центри багатьох міст Європи, Азії, Африки, окремі будинки, замки, палаци, нині руїни історичних міських поселень, археологічні пам'ятки, оборонні споруди тощо. Об'єкти ЮНЕСКО Список складають основу міжнародного туристичного іміджу різних міст і країн в цілому. Їхню всесвітню популярність підтверджує не тільки статус пам'ятки, а й численні відгуки туристів. На їх основі розвивається різноманітна туристична інфраструктура та формується унікальний туристичний продукт.

Європейські міста тривалий час складали основу розвитку міського туризму в світі. Кожне з них наділене своїм незрівняним колоритом, кожне має унікальну та самобутню історію, давні історичні традиції, події, легенди, спогади. Незважаючи на значну присутність південноазіатських міст, Лондон, Париж та ще й Стамбул, віднесений UNWTO до європейського регіону, залишаються лідерами рейтингу відвідуваності туристами, відзначає О.В. Гладкий [11]. Взагалі, кожна столиця Європи отримала свій унікальний імідж, кожна приваблює свій власний сегмент міських туристів. Прага – це застигла готика соборів і площ, Амстердам – місто каналів та музеїв картин «старих голландців», Відень – осередок класичної музики і танців, Берлін – місто музеїв,

готичних соборів та масових культурних заходів, Афіни завжди приваблювали своїми античними старожитностями та історією. Кожне з цих міст формує своє власне обличчя, свій унікальний імідж серед міських туристів.

Туризм є сферою, що має значний вплив на величезну кількість секторів діяльності сучасного міста, як прямо так і опосередковано, що значно ускладнює поточне управління та планування розвитку міста, вирішення відповідних проблем та створення необхідної політики для адаптації і переходу до сталого розвитку та моделі державно-приватного співробітництва в середовищі міському туризму. Таким чином у сучасному світі міста є центрами розвитку туризму, і відповідно міське середовище неодмінно повинне володіти всім, що здатне підтримувати інтерес туриста: аттрактивність – здатність звертати на себе увагу; експресивність – особлива виразність; меморіальність – зв'язок з пам'ятними подіями, явищами, особистостями; унікальність – одиничність пам'яток; рідкість – раритетність. Локація, фести, культурна спадщина, їжа, туристичні об'єкти – це все складові міського туризму, і саме правильна промоція дає можливість будь-якому місту стати цікавим для туристів та провідним за відвіданням. План стійкого розвитку міста передбачає розподіл отриманих від туризму прибутків на інноваційні проекти покращення міського середовища, а також збереження культурної спадщини та навколишнього середовища [55].

Сучасна парадигма розвитку міст передбачає відмову від розвитку індустріального міста на користь “нового” міста. Концепція нового урбанізму (New Urbanism) використовує людиноорієнтований підхід до планування міст, який на противагу централізованому плануванню передбачає нежорстке зонування території та залучення громадськості до планування міського розвитку. Новий урбанізм має на меті створення насиченого комунікаціями, саморегульованого міського середовища, яке відповідає інтересам жителів різних соціальних прошарків, статусу, віку тощо. На відміну від індустріальних, нові міста характеризуються іншими ознаками: ресурсовиробництво; поствуглецева енергетика; постіндустріальна економіка; креативна та інноваційна економіка; розумні інфраструктурні мережі; smart-споживання;

гнучка функціональна організація простору, вертикальне зонування, що передбачає поєднання промислової, житлової та комерційної зон; наявність житлової зони, місць праці та публічних просторів; поява “третього місця”; створення креативних кварталів, центрів (районів дизайну і мистецтв) [27. С.340].

2.2. Шляхи впровадження креативних стратегій і концепцій розвитку міст

Креативні міста – це міста, які активно розвивають творчі індустрії, сприяють культурному розвитку та створюють сприятливе середовище для творчих професіоналів. Це специфічний тип міст, які зазвичай використовують культурну і креативну спадщину для розвитку та створення інновацій, активно розвиваючи певні види творчих індустрій (музика, дизайн або мистецтво), створюючи інфраструктуру для розбудови культурних просторів (мистецькі квартали, студії та галереї), організовуючи фестивалі, активно підтримуючи інновації та технологічні стартапи, культурні ініціативи фахівців у галузі креативних індустрій та економіки.

Книга Ч. Лендрі «Креативне місто — інструментарій для міських інноваторів», яка з'явилася у 2000-му році, стала підсумком дослідження стратегій креативних міст, які за рахунок ресурсів культурної сфери подолали урбаністичну кризу, використовуючи нові (незвичні, нетрадиційні, креативні) способи управління містом та формуючи новий тип мислення про місто з метою створити «більш гуманітарно орієнтоване та придатне для життя місто» [74]. Культура в креативних містах слугує посиленню їхньої конкурентоспроможності: змагаючись за інвесторів, туристів та креативний клас, міста мають стати «магнітами для талантів».

Втім, в наступні десятиліття концепція креативного міста зазнає критики, особливо з боку урбаністики. Як зазначає Енді Пратт, «У практиках креативного міста важливо уникнути вузького брендингового підходу, так званого «підходу кулінарної книги», оскільки увага до міських просторів з боку незначної

кількості містян не може замінити інтерес до місцевих культур і відмінностей, який приймається усіма мешканцями громади» [75].

Використовуючи стратегії, що дали позитивні результати в певних містах, та поширюючи однакові ідеї, деякі міста можуть втратити власну ідентичність, оскільки неможливо однозначно оцінити вплив на місто певних креативних стратегій, а їх поверховість дає змогу сконструювати привабливий образ міста та створює ілюзію втихомирених контрастів й згладжених протиріч.

Саме тому проект «Мережа Креативних Міст ЮНЕСКО», що популяризує впровадження креативні стратегії розвитку міст і є переліком засобів та інструментів партнерства, кооперації та взаємодопомоги різних міст, основний наголос робить на унікальності кожного міста і визнання зростаючої важливості співпраці на місцевому рівні між державним і приватним секторами та громадянським суспільством [71].

Цей проект був розроблений у 2005 р. на базі загальної Декларації ЮНЕСКО про культурне різноманіття та ініціативи всесвітнього альянсу Культурного Різноманіття 2002 року та визначає міста, переважно це невеликі та середні міста, що мають передовий досвід у розвитку таких креативних сфер: народні ремесла, медіа-арт, кіно, дизайн, гастрономія, література та музика.

Кількість міст-учасників постійно зростає, як і підходи до досягнення креативності, оскільки стратегії різняться, залежно від особливостей кожного міста. Входження у «Мережу Креативних Міст ЮНЕСКО» лише підтверджує, що місто зацікавлене у застосуванні креативних стратегій в управлінні та розвитку економіки та демонструє зростання ролі культурних та креативних індустрій.

Приєднуючись до Мережі, міста зобов'язуються ділитися своїми ідеями, технологіями та найкращими практиками та розвивати партнерські стосунки з громадським та приватним секторами, а також громадянським суспільством, щоб: сприяти створенню та розповсюдженню культурних заходів, товарів та послуг; розвивати центри творчості та інновацій, розширювати можливості для митців та фахівців у галузі культури; забезпечувати доступ до участі в

культурному житті; інтегрувати культуру та творчість у плани сталого розвитку [54]. Також міста зобов'язуються посилювати роль культури та креативності для реалізації Порядку денного ЮНЕСКО в галузі сталого розвитку на період до 2030 року.

Стратегії креативного міста поширилися і в країнах Азії. Зокрема, у 2004 році уряд Південної Кореї розпочав програму «Міста культури» (Cities of Culture) для кількох великих міст, що мають стати «нішами культурної індустрії та туризму в Азії». Згідно з цією програмою міста Кьонджу та Чонджу були визначені як «місто історії» та «місто традицій», а Кванджу («місто культури»), Інчхон («місто розваг») та Пусан («місто візуальних медіа») — також як креативні міста.

Інструментом підтримки зусиль, спрямованих на те, щоб поставити культуру в центр містобудівних планів, стало проведення рейтингу культурного і креативного потенціалу європейських міст Cultural and Creative Cities Monitor, який запусив процес мапування та моніторинг активів культурного і креативного секторів у вибраних містах та підтримки мережі національних Бюро програми «Креативна Європа» й аналізу впливу культурних та креативних індустрій на їхній економічний та соціокультурний розвиток.

В Україні протягом 3 років (2017-2020 рр.) діяла програма «Culture Bridges», яка була спрямована на розвиток українського культурного сектору, налагодження ефективних зв'язків між митцями, культурними операторами та інституціями, сприяння культурному співробітництву та міжкультурному діалогу між Україною та ЄС через проекти, що розширюють міжнародну мобільність та співпрацю діячів культури; сприяння посиленню потенціалу українського культурного та творчого сектору та розвитку місцевих культурних і креативних індустрій; розширення участі України у проектах програми ЄС «Креативна Європа»; сприяння взаєморозумінню та культурному розмаїттю в Україні через внутрішню культурну мобільність та проектні ініціативи[34].

Єдиним містом України, де було здійснено спробу реалізувати стратегію креативного міста як цілісну з ініціативи міської влади, є Кіровоград, відзначає

Світлана Ільченко. На цьому шляху були пройдені наступні етапи: проведення I Міжнародного форуму «Єлисаветград — креативне місто» з метою визначення візій стратегії; розробка брэнда міста, який ґрунтувався на такій особливій рисі жителів міста, як любов до танців, точніше «танцювальні традиції»; створення «дизайнерської клумби», на якій висаджено мільйон чорнобривців; організація буккросингу «Книговир»; літературний конкурс; конкурс відеоробіт на тему «Єлисаветград — креативне місто»; відкриття кількох зон із вільним бездротовим Інтернетом[19. С. 158].

Але виявилось, що активність кіровоградців перебуває на вкрай низькому рівні — організатори конкурсу ґрантів за чотирма напрямками (місто креативного комфорту, освіти, довкілля, а також креативних подій і заходів) скаржилися на малу кількість заявок. Проекти, підтримані за півтора роки існування конкурсу, стосуються туристично-краєзнавчого напрямку, екологічно-просвітницького, соціального, розвиток «креативних індустрій» та вдосконалення міського простору[19. С. 159]. Неоднозначно сприйняли стратегію креативного розвитку й працівники культурного сектору, більшість інституцій, що формують культурну мапу міста (театр, музеї, бібліотеки, творчі спілки), лишилися осторонь заходів, пов'язаних із проектом «Єлисаветград - креативне місто», що свідчить про відстороненість мешканців від ідеї креативного міста.

Стратегії креативного міста - це плани та дії, спрямовані на розвиток та підтримку культурних і креативних індустрій в місті через створення сприятливого середовища для розвитку напрямів мистецької освіти, програм культурного туризму, соціокультурної інфраструктури, інвестиційних проектів в галузі збереження та відновлення культурної спадщини міст, підтримки фахівців проектного менеджменту у сфері культури і мистецтва, організації культурних івентів (мистецьких заходів, фестивалів, виставок, концертів та інших подій), що сприяють найповнішому розкриттю місцевих унікальних ресурсів та з урахуванням потенціалу кожного міста.

Елементи креативної стратегії були втілені в життя у багатьох інших містах України, зокрема організатори та учасники мистецьких ініціатив, що працюють з міським простором. Прикладом цього є проект «Креативні міста в Україні» Експериментального центру сучасного мистецтва «Чайна фабрика» в Одесі (2010–2011), спрямований на дослідження урбаністичного простору індустриальних міст-супутників Одеси — Іллічівська, Теплодара та Южного [19. С. 157].

В рамках мережі Креативних міст у 2004 році була запроваджена номінація «Місто літератури ЮНЕСКО». До Мережі креативних міст ЮНЕСКО у галузі літератури входять два українських міста: Львів (2015) і Одеса (2019). Львів визначається своєю літературною спадщиною, багатою історією та культурними традиціями, що важливі для розвитку літературної культури. Місто має важливі літературні інституції, музеї, культурні центри та заходи, що сприяють літературному життю. Включення Львова до мережі Міст літератури ЮНЕСКО сприяє підтримці та розвитку літературної спадщини та культурного обміну, а також підвищенню профілю міста на міжнародній арені в сфері літератури та мистецтва. У листопаді 2021 року до Мережі креативних міст у галузі музики було включено місто Харків [28].

Асоціація міст України в межах Меморандуму про співпрацю з Нацкомісією у справах ЮНЕСКО розробили рекомендації для представників українських громад, які готові взяти участь у конкурсному відборі на приєднання до програми Мережі креативних міст ЮНЕСКО. Критеріями оцінювання заявки на приєднання до програми Мережі креативних міст є: наявність на момент подання заявки стратегії розвитку або дій та ініціатив, спрямованих на посилення ролі креативності в соціально-економічному розвитку й оновленні міста; історичне значення та роль обраного креативного напрямку для міста-кандидата; потенційний внесок культурних і креативних активів міста-кандидата, особливо в обраній креативній сфері, у досягнення цілей Мережі; досвід міста в організації місцевих, національних та/або міжнародних ярмарків, конференцій, виставок та інших заходів, спрямованих як на професіоналів, так і на широку громадськість;

якість, розмаїття та вплив механізмів, створених для промоції креативності, мистецтва, професійної підготовки, розбудови спроможності й досліджень в обраному креативному напрямі; наявність та/або розвиток культурних об'єктів та інфраструктур, спрямованих на фахівців і широку громадськість і присвячених практиці, виробництву, просуванню й поширенню культурних заходів, товарів та послуг в обраному креативному напрямі, включно з наявними активними установами у відповідних креативних напрямках; якість, доцільність і вплив програм для сприяння більшій участі в культурному житті; спроможність залучати основні професійні й неурядові організації, що представляють громадянське суспільство, для реалізації запропонованого плану дій; обсяг, якість та розмаїття ініціатив міжнародного співробітництва, розроблених містом в обраному креативному напрямі; якість, вплив та інноваційний характер політик і заходів, впроваджених для підтримки створення і зростання динамічних місцевих культурних індустрій в обраному креативному напрямі; досвід у місцевому та міжнародному розвитку міжгалузевих проєктів, що створюють синергію між обраним креативним напрямом й іншими креативними напрямками, які охоплюються Мережею[24. С. 7-8].

В умовах активного процесу урбанізації та необхідності у зв'язку з цим пошуку способів поліпшення якості життя в міських поселеннях у різних державах світу креативні стратегії розвитку міст стали одним з популярних підходів до міського планування, який може стати вирішенням багатьох екологічних та соціальних проблем. Після різкого спаду виробництва і становлення сфери послуг, знань та інформації міста відчувають величезну конкуренцію в залученні інвестицій та труднощі у підтримці свого статусу.

Креативні стратегії (від англ. creative - творчий) - це стратегії розвитку міста, що використовують певні інноваційні ідеї, творчий підхід до вирішення проблем, як правило з акцентом на розвиток культури, мистецтва, збереження культурної та історичної спадщини, підтримку визначних особливостей міста, шляхом економічного розвитку, маркетингу місця та розвитку його унікальності, фокусу на індустрію культури і творчості. Креативні стратегії

використовуються неоднаково в різних містах та в різних культурних контекстах і не мають однозначного трактування їх впливу у структурі, функціонуванні та розвитку міст, відзначає А.О. Шевцова. Такий підхід в основному базується на досвіді міст Великобританії та інших країн Європейського Союзу[61].

ВИСНОВКИ ДО 2 РОЗДІЛУ

Міський туризм та культурний туризм представляють найважливіші сегменти глобального туризму й користуються популярністю в усіх вікових групах і країнах. Кожне історичне місто має власну траєкторію розвитку туризму, ступінь туристичного використання культурної спадщини в часових та просторових межах та можливості створення особливої атмосфери місця та дружнього до туристів середовища, де взаємодія між громадою та відвідувачем не характеризується конфліктом. Натомість, багатофункціональні міста, які мають чіткі осередки культурної спадщини, пропонують множинність форм інтенсивного туристичного використання та широкий діапазон впливів урбаністичного середовища на сприймання їх, як сукупності культурних і креативних просторів.

Вплив зв'язку міського туризму з економічним відродженням міст і культурним розвитком проявляється через: формування відкритих публічних просторів, що відповідають сучасним вимогам та використовуються для популяризації всіх видів мистецтва, іміджевих розважальних закладів, розвитку рекреації та спорту; вміння працювати в нових умовах, що виявляється в різних формах та на різних рівнях у сфері культури та креативних індустрій; готовність до децентралізації як державних структур, так і закладів культури; інформаційну доступність до ресурсів міського туризму, як з боку виробників культурного урбаністичного продукту, так і поінформованості про культурні події з боку місцевого населення і туристів; інтеграція культурних продуктів, розроблених в межах одного регіону у міських і сільських населених пунктах.

Такі міста і села в поєднанні з природним середовищем, наявністю пам'яток історії та культури, дають підстави для багатопланового розвитку регіонального і міжнародного міського туризму, який веде до збагачення культурного досвіду різних соціальних груп туристів, та вирішення значної частини соціально - економічних проблем місцевої громади, сприяє розбудові міст, створенню інноваційного й привабливого для життя спільнот середовища.

Досвід реновації та розвитку креативних індустрій в світі на основі міського туризму, як особливого виду спеціалізованого туризму, засвідчує необхідність створення стратегій креативного міста та візуальної культурної карти урбаністичних проєктів, орієнтованих на комплексне використання різних культурних, природних та індустріальних ресурсів міст з метою формування специфічного уявлення про їхнє середовище та створення комплексного туристичного продукту.

Аналіз різноманітних креативних стратегій розвитку міст світу, засвідчує їх універсальність при розробці і одночасно орієнтацію на локальні підходи до їх впровадження, що має допомогти збереженню культурної унікальності кожного окремого міста, що потрібно враховувати при реалізації концепцій креативного розвитку для українських міст.

РОЗДІЛ 3. РОЗМАЇТТЯ ЛОКАЛЬНИХ ПІДХОДІВ ДО ФОРМУВАННЯ КРЕАТИВНИХ ПРОСТОРІВ МІСТА (НА ПРИКЛАДІ БІЛОЇ ЦЕРКВИ)

3.1. Аналіз урбаністичного туристичного потенціалу міста

Розвиток креативних просторів на основі урбаністичної культурно-природної спадщини може сприяти розбудові міст та створенню інноваційних туристичних продуктів й привабливого для життя місцевих спільнот творчого середовища. Місто сприймається як простір можливостей і проблем одночасно, стверджує Н. Мезенцева. Це територія, де присутні різноманітні досягнення цивілізації, де народжуються нові ідеї та нові ідентичності, що здатні стимулювати культурний, соціальний та економічний розвиток, забезпечити сталий та інноваційний ріст, сприяти розширенню та зміцненню громадських зв'язків[27. С. 339]. Водночас, це простір, де концентруються екологічні проблеми, соціальні негаразди, бідність.

У постіндустріальному суспільстві посилюються тенденції створення і забезпечення сприятливих умов для життя, соціальної стабільності та захищеності населення, екологічної безпеки проживання в містах. З іншого боку, зростає увага до якості освіти та кваліфікації мешканців міст, збагачення їх професійного і повсякденного досвіду, зростання науково-технічного потенціалу міст, оновлення міської інфраструктури з використанням найсучасніших технологій. При цьому стратегія сучасного розвитку міст ґрунтується на збереженні їх культурної ідентичності, автентичності та індивідуальних особливостей. Такі ідеї втілюються в концепціях розумних, зелених, креативних міст, як реакція на виклики виснаження ресурсів, зміни людського потенціалу та забруднення навколишнього середовища. Виникає необхідність розгляду зміни парадигми розвитку міст, сутності концепцій розумних міст, зелених міст, креативних міст [27].

Хоча місто Біла Церква за чисельністю населення не відноситься до малих історичних міст, але проблеми з якими воно зіштовхується, раніше, як районний

центр, а тепер, як центр об'єднаної громади, вимагає детального підходу до аналізу урбаністичного туристичного потенціалу та вирішення нагальних питань, властивих саме невеликим містам. Аналіз урбаністичного туристичного потенціалу міста (історичної, культурної, природної спадщини; оцінка креативного потенціалу та конкурентного середовища; визначення рівня комфортності перебування для гостей міста та якості туристичної інфраструктури; наявності людських ресурсів, що створюють унікальні культурні продукти; екологічної ситуації в місті та рівня збереження природних об'єктів) є важливим етапом для розроблення заходів просування міста серед потенційних відвідувачів особливо для сфери туризму, креативного й розважального бізнесу.

Бюро ініціативної архітектури «GA» в Жмеринці, Козятині, Барі Вінницької області, а також Мелітополі Запорізької області після детального дослідження просторових особливостей міст, зв'язності середовища, функціонального зонування, соціально-економічних чинників та впливу антропологічної складової розробило стратегії розкриття культурного потенціалу міст (на прикладі окремих об'єктів) для стимуляції їх соціального і економічного розвитку. Кожному з проектів передував SWOT-аналіз, що розкриває сильні і слабкі сторони, можливості і загрози та підготовано фінальний звіт, який, враховував, в тому числі, усвідомлення самими містянами, ресурсів і продуктів території, проблем і пошуку їх рішень.

У кожному з проектів урбаністи намагалися відповісти на запитання: Як нашарування історичних планувальних та архітектурних рішень, традиційних сценаріїв поведінки, бачення свого міста і себе в цьому місті повинні трансформуватись, щоб місто стало саме «українським», але із добре розвиненими осередками культурних індустрій європейського зразка? Прочитання культурного коду малого міста та його «переклад» мовою урбаністики правило за основу розроблення подальших стратегічних напрямків розвитку території та спільноти. цьому кожне місто, акумулюючи привнесення різних історичних етапів, перероджувалось і випробовувало себе в новому часі.

Низка переваг, яка властива містам і містечкам, що знаходяться серед природних і сільських ландшафтів та у тісній співпраці з міськими поселеннями, з якими існують адміністративні зв'язки, зокрема, наближення їх мешканців до природи, менш напружений ритм життя, невеликі затрати часу на переміщення до роботи та до об'єктів обслуговування, у той же час створює певні проблеми: низький рівень економічної активності, низький рівень доходів населення і як наслідок – міграцію економічно активної його частини до великих міст (у випадку Білої Церкви близькість Києва спричиняє відтік робочої сили) або за кордон: недостатнє наповнення місцевих бюджетів; низький рівень розвитку інженерно-транспортної та соціальної інфраструктури тощо[17].

За досвідом низки організаторів проектів розробки стратегій розкриття культурного потенціалу міст, до наріжних проблем також відносяться: самоідентифікація та вплив шаблонів масової культури або радянських стереотипів; ігнорування власного потенціалу та унікального ресурсу, тяжіння до стереотипних рішень утворюють замкнене коло; вразливість та залежність, як в господарських так і містобудівних рішеннях від преференцій місцевої адміністрації; відсутність стратегічного мислення і брак навичок бачити в проблемі можливість призводять до того, що стратегічні програми розвитку зазвичай не враховують ні величезної кількості нових «гравців», ні реального стану економіки, ні сучасних інформаційних можливостей. Окремим випадком цієї проблеми є «імітація» стратегій, коли місто дійсно має такий документ, але він складений без урахування реальних продуктів території, без адекватної оцінки ресурсів і проблем; інертність місцевих мешканців до участі в реалізації будь-якої соціальної, культурної, громадської програми і покладання великих надій в цьому на активістів культурного сектору; відсутність інформації на іноземних мовах, що зазвичай сприймається особливо болісно, якщо місто планує розвивати туристичний напрям; важка спадковість – незадовільний стан публічних просторів і інфраструктури, непрацюючі промислові зони, військові бази тощо, які покривають величезні території і нераціонально використовуються[17. С. 94-96].

Творцем феномену «кодування» ідентичності міста та його унікальності виступає насамперед культура, яка проявляється в щоденному житті, різноманітності архітектурних форм, системі управління, діяльності суспільних інституцій, охоплює норми, вартості й підстави діяльності мешканців. Культура міста відображається в характері його простору, що може трактуватися як хроніка життя і запис його історії. Місто є одночасно і творцем, і виразником культури, створює специфічне середовище її відображення [7. С. 150].

Такі соціально-культурні проекти, як проект «Малі міста – великі враження», спрямовані не лише на збереження та промоцію культурно-історичної спадщини, а також на стимулювання творчого потенціалу мешканців громад в умовах децентралізації, щоб перетворення навіть невеликі населені пункти на самостійні адміністративні одиниці з власним культурним ресурсом. Зокрема, у 2017 році в результаті обговорення та відкритого захисту були обрані 8 основних проектів, які презентують жанрову різноманітність культурної галузі окремих міст: Славутич – місто культурного різноманіття урбаністичної архітектури. Тростянець – місто, що надихає і відкриває таланти. Тульчин – столиця оперного фестивалю та «Щедрика». Шарівка – столиця інновацій. Вилкове – столиця українського екопродукту, візуалізації музики на берегах Дунаю. Чугуїв – столиця живопису. Гадяч – маленька столиця великого театру. Острогор – столиця студентства та науковців [23. С. 98].

Якщо аналізувати складові урбаністичного культурного й туристичного продукту Білої Церкви, то передусім варто виділити зростання різноманіття пропозицій у цих двох напрямках. Втім, істотні корективи внесла епідемія ковіду, а з лютого 2022 року – повномасштабне вторгнення росії. Однак, навіть ці катастрофічні для культурних індустрій та туристичного бізнесу події, не зуміли зупинити прогресивні зміни у формуванні креативної індустрії в місті. Зокрема, у Туристично-інформаційному центрі міста можна замовити низку екскурсій у любую пору року: оглядову екскурсію «Подорож крізь час та простір – таємнича Біла Церква. Незвіданими стежками казкового міста», екскурсії «Сучасними шляхами у минулі часи», «Біла Церква за часів козаччини», «Таємнича Біла

Церква»; організація «Біла Церква туристична» підготувала уже кілька випусків чудових екскурсиводів, а туристична агенція та туристичний сайт «Подоружуйка» пропонують серію квестів та нові тематичні пізнавальні туристичні маршрути.

Серед переліку нових туристичних пропозицій 2021-2023 років варто відмітити наступні:

екскурсії:

театралізована екскурсія «Історії старого міста» для колективу Управління культури і туризму Білоцерківської міської ради та працівників культури Білоцерківської централізованої клубної системи; з нагоди Міжнародного дня туризму Білоцерківський краєзнавчий музей організував екскурсію Білою Церквою для ВПО та зацікавлених місцевих жителів; екскурсії «Для поважних панів та панянок» територіального центру надання соціальних послуг; екскурсія «Прогулянка на підборах» (тільки для жінок та про жінок); нічна екскурсія «Містична Біла Церква»; екскурсія «Єврейська спадщина Білої Церкви»; мистецтвознавча екскурсія «Від Погляду до Обіцянки»; оглядова екскурсія «Вечірній променад»; фотопрогулянка «Історії старого міста»; історія-екскурсія з краєзнавцем Євгеном Чернецьким; екскурсія -прогулянка «Диваки Білої Церкви»; екскурсія «Біла Церква. Це моє місто»; авторська екскурсія - квест – «Слідами проекту громадського бюджету 2021: Скульптурки - символи міста Біла Церква»

Квест-екскурсії для учнівської молоді «Скульптурки Білої Церкви»; дитяча інтерактивна екскурсія «Як козаки Білу Церкву прославляли»; екскурсія «Від козаків до кіборгів»; оглядова екскурсія «Подорож від Гюргева до Білої Церкви»; екскурсія з елементами квесту «Містика Білої Церкви»; краєзнавчий екскурс по скульптурних мініатюрах Білої Церкви «Мандрі у часі»; екскурсія-квест «В пошуках білоцерківських скарбів»;

спортивні та екстремальні заходи:

ВелоСотка Біла Церква – 2023 (заїзд від котеджного містечка Хуторок до села Буки;

денна екскурсія на байдарках містом Біла Церква з цікавими історіями про річку Рось, Голендерню, підземні ходи «Олександрії» - «Історії над Россю»; пішохідно-байдарочна екскурсія "Великі історії малого села" про історичні села Білоцерківщини;

фестиваль повітряних куль «Олександрійська феєрія», який традиційно проводився до Дня Незалежності;

політ на літаку чи повітряній кулі, стрибки із парашутом;

мистецькі заходи і події:

щорічний «Олександрійський бал» у танцювальному павільйоні на території дендрологічного парку «Олександрія»;

день Вуличної Музики в парку ім. Т. Шевченка;

мистецький фестиваль «ART ПАНОРАМА»;

30-ий фестиваль «Золота осінь на Замковій» (2023 р.);

інформаційні проекти:

«Тисячоліття історії» -цикл передач та сюжетів на Ютубі;

флеш-моб про мальовничі місця літньої Білої Церкви - #Вікенд_у_БЦ., який був оголошений в межах проведення фотоконкурсу пам'яток культурної спадщини – «Вікі любить пам'ятки»;

Відео-прогулянка із серії: «Був у мене вихідний!»;

архітектурні проекти:

парк «Гюргівська фортеця» (розважальний комплекс на основі стилізованої дерев'яної середньовічної фортеці за зразками архітектури Київської Русі, створений на острові посеред річки Рось) та парк-фентезі «Земля драконів» (простір з різними скульптурами, горою хобітів та озерами з кораблями-драконами);

встановлення пам'ятного знаку «Білка»;

створення Бульвару сучасної скульптури;

Завдяки проекту «Громадський бюджет» у 2021 році у було встановлено дванадцять міні-скульптур, які тематично присвячені історичним особистостям, діяльність яких вплинула на життя міста, що спочатку мало назву Гюргів, а

згодом – Біла Церква та сторінкам зародження, формування та розвитку регіону навколо міста. До них відносяться наступні фігурки: Білоцерківський скіф, Ключ Ярослава, Змієві вали, Магдебурзьке право, Булава Гетьмана, Золото Мазепи, Молот і голка, Скаут Слабченко, Бронепотяг Петлюри, Американський літак, Театральні маски [46]. Ці скульптурки стали основою для проведення авторських екскурсій - квестів «Скульптурки - символи міста Біла Церква», «В пошуках білоцерківських скарбів», «Мандри у часі» та створення історично-пізнавального посібника у вигляді квесту, автором якої є білоцерківський історик Євген Чернецький.

Крім того, був розроблений мерч, присвячений історії скульптурок, кошти від продажу футболок, які ним прикрашені йдуть на підтримку військових. Для гостей міста та білоцерківців, які хочуть познайомити гостей з історією Білої Церкви, опублікована карта з місцем розташування скульптурок-символів, які можна обійти пішим маршрутом. Історію кожної скульптури можна знайти на сторінці «Скульптурки - символи міста Біла Церква». Таким чином, туристичний урбаністичний продукт міста наповнився новими маршрутами і видами дозвілля місцевих мешканців та туристів, які відвідують Білу Церкву. У 2021 році ще 3 проекти присвячені міні-скульптуркам (30 штук) перемогли у конкурсі і мали бути втілені у 2022 році. Реалізацію відкладено у зв'язку з повномасштабним вторгненням. Автор проекту — Юрій Колотницький,

В результаті проведення у місті пленеру українських і зарубіжних скульпторів у Білій Церкві з'явився Бульвар сучасної скульптури, що демонструє скульптури та арт-об'єкти таких митців: Погляд, Ілкер Ярдімчі, Туреччина, Пегас, Недім Хадзіахметович, Сербія; Лейла, Сьонгюль Гіргін, Туреччина; Сходи до Раю, Людмила Мисько, Україна; Зброя масового навчання, Флоренс Хоффманн, Люксембург; Стійкість, Пласідо Подрігес Боннін, Іспанія; Радість, Михайло Левченко, Україна; Людина спрямована в майбутнє, Сергій Баранник, Україна; Ліричне послання, Ілкер Ярдімчі, Туреччина; Обіцянка, Джером і Рокі Саймонс, Нідерланди. Прогулянка по бульвару поєднується з екскурсією «Від погляду до обіцянки», виставками творів образотворчого та декоративно-

прикладного мистецтва, що диверсифікує формування туристичного продукту Білоцерківської міської територіальної громади, сприяє поширенню нових організаційно-творчих підходів у діяльність міських закладів культури, впровадженню нових моделей організації пам'яткоохоронної діяльності, розвитку та організації дозвіллевої і туристичної діяльності в урбаністичному середовищі.

У більшості сучасних міст створюється система скверів і парків, які виконують оздоровчу, рекреаційну, соціальну та культурну функції, сприяючи мистецькому та культурному розвитку містян, створенню нових місць для відпочинку та розваг, спортивних занять, відкритих просторів для організації мистецьких виставок, концертів, театральних вистав та інших культурних подій. Біла Церква не може похвалитися великою кількістю міських парків і скверів, проте має найбільший за площею в Україні (близько 400 гектарів), дендрологічний парк [38].

Територія дендрологічного парку «Олександрія» має дві складові: історичне ядро садово-паркового ансамблю та приєднані у 2009 році ділянки природного парку на правому березі річки Рось. Рекреаційні зони парку включають ландшафтні та архітектурні комплекси; водні акваторії річки Рось та численних ставків і джерел, лісові ділянки з відповідним мікрокліматом, оглядові майданчики біля колонади «Луна», великої галявини та на Палієвій горі, кольорове розмаїття квітучих дерев і кущів. Поруч з парком знаходиться човнова станція і пляж, а на протилежному боці річки санаторій-профілакторій «Діброва» з лікувально-оздоровчим комплексом та спортивними майданчиками.

На жаль, через брак коштів, більшість робіт, запланованих «Проектом організації території», згідно якого визначено основні напрями науково-дослідної, еколого-просвітницької діяльності та розвитку туризму на період до 2020 року [8], так і була реалізована, але поставила на порядок денний проблему не лише збереження паркових ландшафтів старої частини дендрологічного парку, але й необхідність розроблення і впровадження концепції функціонування рекреаційного ландшафтного парку на територіях площ, приєднаних

пізніше[62]. Адже, сучасний стан справ, в дендрологічному парку «Олександрія» свідчить, що послуги, які пропонуються в даний час співробітниками парку не відповідають рівню послуг зарубіжних парків, аналогічного спрямування: відсутні програми паркових заходів для організації сімейного відпочинку, дозвілєвої діяльності молоді, обслуговування малозахищених шарів суспільства і осіб похилого віку.

Головною проблемою розвитку туристичної сфери Київської області є відсутність системної підтримки та розбудови туристичної інфраструктури, кластерного та єдиного концептуального підходу в формуванні та просуванні туристичних продуктів регіону, а також відсутність розвитку наявного туристичного потенціалу, який безумовно є одним з найбагатших в Україні [39]. Тому визначення особливостей реалізації стратегії розвитку м. Біла Церква на місцевому рівні дозволить не лише акцентувати увагу на основних проблемах міста у сфері розвитку туризму, але і дослідити та оцінити пріоритетні напрями розвитку даної сфери.

В статті «Особливості формування стратегії м. Біла Церква» відзначається, що Програмою розвитку малого і середнього підприємництва в Білоцерківському районі приділяється увага багатоплановому розвитку регіонального туризму, зокрема, передбачалося залучення суб'єктів малого підприємництва до реалізації інноваційних проектів для сприяння створенню маршрутів сільського, культурно-етнографічного туризму, проведення тренінгів «Щодо організації зеленого туризму» [41]. У Стратегії розвитку Білої Церкви до 2025 року проголошується, що перспективними напрями розвитку туризму мають стати оздоровчий та промисловий туризм, історико-краєзнавчий, екологічний, екскурсійний, гастрономічний види туризму тощо [49].

Успіх таких програм зазвичай залежить від співпраці між владою, місцевими громадами, бізнесом та представниками культурного сектору, оскільки розвиток туризму у містах вимагає комплексного підходу та розробки конкретних стратегій. Досліджуючи питання щодо залучення інвестицій до Білої Церкви для покращення ефективності окремих галузей міського господарства

було виявлено, що підприємницьке середовище і нині потребує підтримки та зміцнення, оскільки попередні п'ять спроб реалізувати інвестиційні програми зазнали невдачі.

Зокрема стратегічною ціллю є покращення іміджу міста, який має бути посилений надійними та ґрунтовними справами, подіями, запровадженими соціальними й економічними новаціями, досягненнями та здобутками, широко висвітленими в мас-медіа й відомими в регіоні та за його межами. І оскільки всі складові привабливості того чи іншого міста більшою мірою залежать від людського ресурсу, то необхідне вироблення такого середовища, яке стимулювало б зростання кількості подій, фестивалів, виставок та інших культурних подій, залучення громадськості та представників творчої та інтелектуальної еліти до визначення ресурсу, що робить місто унікальним та конкурентоспроможним для формування і підтримки позитивного іміджу, який згодом перетвориться на бренд.

Стратегія розвитку Білої Церкви до 2025 року, що була розроблена за участі громадських активістів (громадські організації «GoLOCAL», «Біла Церква. Завтра», «Центр громадського розвитку», «Громадська рада Smart-City», благодійні фонди «Рух молоді» та «K.Fund»), жителів міста, представників влади і місцевих бізнесових й ділових кіл (представники Українського союзу промисловців та підприємців) та респондентів тематичних інтерв'ю у фокус-групах, є важливим інструментом трансформації міста відповідно до викликів XXI століття та чинником для інтенсифікації інтегрованого розвитку Білої Церкви.

SWOT – аналіз як метод оцінювання зовнішнього та внутрішнього середовища для вироблення стратегій набув популярності серед розробників стратегій різного гатунку в 60-их роках минулого століття. Що стосується, основних можливостей розвитку у сфері культури і туризму Білої Церкви, як історичного міста у складі Київської області, варто відмітити наступне:

- вигідне геополітичне розташування, наявність автомобільних, залізничних та повітряних сполучних шляхів міжнародного значення безумовно сприяє туристичним потокам із-за близького і далекого зарубіжжя;
- розвиток народних промислів, культурна та етнічна самобутність національних меншин, їх гармонійне співіснування в межах регіону створює умови для розвитку таких видів туризму, як культурний, етнографічний, діловий та ін.
- висока ділова активність населення, розвинена торгівельна інфраструктура та інвестиційна привабливість регіону уможлиблює участь у міжрегіональних та міжнародних ярмарках, бізнес-зустрічах, виставках для створення диференційованого туристичного продукту

Біла Церква, як урбаністичний центр, що розташований неподалік столиці, має значний туристично-рекреаційний, культурно-історичний і природний потенціал. Втім, як і більшість українських міст, потребує створення інституцій підтримки розвитку туризму та розробки інноваційних туристичних продуктів, що спрямовані на раціональне використання об'єктів історико-культурної спадщини та створення креативних просторів, що забезпечить соціально-економічний розвиток територіальної громади в цілому та творчий розвиток кожного громадянина, про що зазначається у Стратегії розвитку Білої Церкви до 2025 року [49].

Місто має добре збережену історичну самобутність, талановитий творчий склад працівників закладів культури, хоча відчуває брак висококваліфікованих кадрів у сфері проектного менеджменту та брендування, що допомогло б залучити більше туристів і нові інвестиції на підтримку культурних національних традицій. Це планується вирішити за допомогою створення спеціалізованої громадської ради з питань розвитку культури та креативної економіки (з широким представництвом діячів культури, мистецтва (національних творчих спілок України), менеджерів в галузі культури та працівників культури), організації конкурсів проектів на реконструкцію низки важливих міських просторів, створення креативної зони для формування творчого середовища в місті (для народних майстрів, митців, творчих студій,

музикантів, фотографів, дизайнерів) та реалізації освітніх програм для дітей та молоді; реалізації міської програми промоції культурних та освітніх заходів в місті; розробки бренд-бука міста (геральдика, герб, гімн, прапор, варіанти використання рекламної продукції) та приведення до його стандартів зовнішньої реклами у місті, табличок з назвами вулиць та рекламних вивісок. Втім, очікування агенції стратегічного розвитку Білої Церкви суттєво активізувати економіку за рахунок туризму не враховує аналізу міст-конкурентів на ринку надання туристичних послуг.

Низький рівень участі місцевої спільноти та туристів у створенні міського культурного простору передбачається вирішити за допомогою створення міського Центру культури, що включає: міський палац культури, міську картинну галерею, міську філармонію, фундаментальну електронну бібліотеку, міський театр та ін.; реалізації проектів та проведення заходів щодо створення привабливих туристичних маршрутів у Білій Церкві та Білоцерківському регіоні, пов'язаних з креативним потенціалом міста, розробці нових туристських маршрутів за участі місцевих екскурсоводів та формування каталогу туристських об'єктів Білої Церкви, відновлення рекреаційних зон на берегах річок Рось і Протока, створення поліфункціональних зон розвитку зеленого туризму у частині дендрологічного парку «Олександрія».

SWOT- аналіз переваг і недоліків розвитку туристичного урбаністичного потенціалу, відображений у Стратегії розвитку Білої Церкви

		Зовнішнє середовище	
		Можливості (шанси)	Загрози
Внутрішнє середовище	Сильні сторони	Зміна іміджу Білої Церкви щоб залучити більше туристів і нових Інвестицій; створення нових органів та закладів з метою координування роботи всіх закладів культури та	Конкурентні переваги інших туристичних центрів. Відсутність досліджень про вплив близькості до столиці Києва та переваг Білої Церкви як
	Місто має добре збережену історичну самобутність, висококваліфіковані кадри закладів культури, талановитий творчий склад.		

<p>Наявність власних веб-сайтів у закладах культури з переліком заходів і подій, підтримка і просування у соціальних мережах через спеціалізовані тематичні групи та широке залучення молодіжного сегменту.</p>	<p>покращення життя міста (культурного і туристичного)</p> <p>Сторітеллінг міста та створення позитивних історій і розповідей про Білу Церкву, які поширюватимуться за допомогою різних методів і засобів масової інформації, числі зокрема через соціальні мережі. Створення дизайну інформаційних сайтів з використанням елементів спеціально розробленого логотипу, слогану та поєднання кольорів</p>	<p>туристичного центру в регіоні (на пересіченні територій трьох областей).</p>
<p>Слабкі сторони</p> <p>Відсутність в місті висококваліфікованих кадрів у сфері проектного менеджменту та брендування</p>	<p>Створення бренду міста - розробка бренд-бука міста (геральдика, герб, гімн, прапор, варіанти використання рекламної продукції) та приведення до його стандартів зовнішньої реклами у місті, табличок з назвами вулиць та рекламних вивісок.</p> <p>Створення спеціалізованої громадської ради з питань розвитку культури та креативної економіки (з широким представництвом діячів культури, мистецтва (національних творчих спілок України), менеджерів в галузі культури та працівників культури).</p>	<p>Форс-мажорні обставини, що можуть призвести до припинення функціонування закладів культури як таких (війна, стихійні лиха, епідемії тощо).</p> <p>Втрата історичної самобутності та відсутність сучасної інфраструктури розвитку культури та креативної економіки</p>

<p>Відсутність культурних просторів в місті (для народних майстрів, творчих студій, митців, музикантів, фотографів, дизайнерів).</p>	<p>Створення Креативної зони для формування творчого середовища та реалізації креативних ідей і проектів в місті, освітніх програм для дітей та молоді.</p> <p>Організація конкурсів проектів на реконструкцію низки важливих міських просторів: центральної площі, меморіалу Небесної сотні, центрального пляжу, парку Шевченка.</p>	<p>Скорочення бюджетного фінансування і відсутність зовнішньої фінансової підтримки, спрямованих на розвиток і підтримку культурних національних традицій та збереження історичного надбання міста.</p>
<p>Недостатня кількість об'єктів дозвілля в центрі міста</p>	<p>Створення Тематичного парку розваг – особливого типу парку розваг, який ретельно продуманий під певну тему або декілька тем та бальнеологічні можливості міста.</p> <p>Розвиток туристичної інфраструктури (готелі, ресторани, маршрути, музей народних майстрів Київської області).</p> <p>Формування каталогу туристських маршрутів Білої Церкви. Створення туристично-інформаційного центру</p>	<p>Зависока конкуренція з іншими закладами соціокультурної сфери.</p>
<p>Низький рівень участі місцевої спільноти та туристів у створенні міського культурного простору</p>	<p>проведення заходів щодо створення привабливих туристичних маршрутів у Білій Церкві та</p>	<p>Відсутність умов для забезпечення основних туристичних місць об'єктами санітарно-</p>

	<p>Зниження туристично-рекреаційного потенціалу міста</p> <hr/> <p>Низький рівень підготовки ІТ-персоналу закладів соціокультурної сфери</p>	<p>Білоцерківського регіону пов'язаних з культурологічними можливостями міста.</p> <hr/> <p>Відновлення рекреаційних зон. Очистка р. Протока та р. Рось.</p> <p>Популяризація міста як центру бальнеологічного оздоровлення.</p> <p>Диверсифікація туристичної пропозиції дендрологічного парку «Олександрія» за рахунок створення поліфункціональних зон розвитку зеленого туризму</p> <hr/> <p>Поліпшення стану благоустрою центральної частини міста: оновлення фасаду будівель, впорядкування вивісок та рекламних площин, оформлення туристичних банерів та вказівників із залученням новітніх ІТ-технологій.</p> <p>створення нової моделі функціонування закладів культури в місті та розробки стратегії розвитку культури в місті з ціллю покращення доступу мешканців до культурних надбань.</p>	<p>гігієнічного призначення</p> <hr/> <p>Загальна втрата у публіки цікавості до мистецьких і творчих заходів, туристичних пропозицій.</p> <hr/> <p>Відсутність у Статуті територіальної громади м. Білої Церкви статей та розділів про забезпечення умов найбільшого сприяння розвитку культури та туристично-рекреаційної сфери в місті (на основі пропозицій професійної експертної групи)</p>
--	--	---	--

<p>Зниження попиту на послуги закладів культури, що спричинено браком місць і подій під час літнього відпочинку, невеликої кількості і низької якості інформаційної підтримки культурних програм, не використання за призначенням наявних концертних майданчиків</p>	<p>створення Міського громадського комітету з питань розвитку культури задля координування роботи закладів культури міста всіх форм впорядкування та власності;</p> <p>створення міського Центру культури, що включає: міський палац культури, міську картинну галерею, міську філармонію, фундаментальну електронну бібліотеку, міський театр та ін.;</p> <p>Участь колективів в різноманітних творчих мистецьких фестивалях та конкурсах. покращення доступу мешканців міста до культурних надбань та задоволення їх культурних потреб.</p>	<p>невдале реформування відділу культури Білоцерківської міської ради, що включає введення сучасних форм менеджменту комунальних закладів культури; скорочення штату; прогнозування розвитку процесів, професійне планування та участь у реалізації плану розвитку культури міста в роботі комунальних закладів культури, закладів позашкільної освіти у галузі культури та мистецтва</p>
<p>-----</p> <p>недостатній рівень технічного оснащення закладів культури та освіти</p>	<p>-----</p> <p>Розробка та реалізація міської програми промоції культурних та освітніх заходів в місті.</p>	<p>-----</p> <p>Брак коштів на фінансування закладів культури та освіти</p>

3.2. Механізми вдосконалення туристичного іміджу Білої Церкви, як креативного міста

Цілеспрямована маркетингова діяльність, спрямована на покращення туристичної привабливості об'єктів місцевої культурної спадщини та створення якісного урбаністичного продукту відкриває численні можливості для соціально-економічному розвитку місцевих громад та креативних індустрій в регіоні. Система маршрутів внутрішнього туризму за рахунок творчих підходів до промоції історичних будівель, музеїв і парків, знайомить українців і гостей нашої країни з визначними місцями, популяризує соціокультурний потенціал окремих територій, сприяючи наповненню місцевих бюджетів і покращенню інфраструктури гостинності.

В історичних містах, завдяки реалізації заходів, спрямованих на покращення туристичного іміджу, завжди більш розвинений креативний кластер економіки, що, в свою чергу, сприяє розвитку малого та середнього бізнесу, переосмисленню підходів до використання старих міських районів, трансформації культурних сенсів історичних публічних просторів в місця проведення творчих заходів, що відображають культурний код та самобутність всієї нації, окремого регіону, міста, місцевості [56. С.28].

Традиційне урбаністичне середовище, засобами туристичного брендування, набуває потужного освітнього та творчого потенціалу, репрезентує автентичність, історичну та культурну цінність території, формує образ бажаних змін соціокультурних просторів в історичних ареалах та програмує уявлення про гармонійні осередки містобудування, спрямовані на сталий розвиток місцевої громади, заохочення взаємовигідного партнерства усіх зацікавлених сторін у збереженні культурного надбання та підтримці туристичної діяльності.

Адже саме сфера туризму, на переконання Ренати Ганинець, звертає увагу людей на місто, цікаві події, красиві місця, розвинена інфраструктура розваг на кожен смак від концертів класичної музики до гастрономічних фестивалів. Привертає увагу людей відвідати місто ще раз, або при наявності сприятливих

обставин залишитись та працювати в місті, що можливо, в першу чергу, за рахунок розвитку креативного потенціалу міста [9. С.149].

Аналіз зарубіжного досвіду відновлення історичних культурних ландшафтів засвідчує складнощі на шляху утримання величезних територій чи навіть локальних об'єктів без комунікації із зацікавленими сторонами. Зокрема, надмірна кількість пам'ятників, а також колекція артефактів поля битви під Геттісбургом (США), навіть за умови отримання статусу національного парку, не могла утримуватися у належному стані працівниками парку. Лише завдяки консолідації багатьох стейкхолдерів було визначено концепцію реконструкції вигляду місцевості на час проведення битви та забезпечення комфортного перебування всіх груп відвідувачів, наслідком чого стало будівництво центру візитерів з музеєм, бібліотекою, архівом, лекторієм, кінозалом [14. С.47].

Саме тому, для покращення туристичної атрактивності Білої Церкви, крім необхідності інноваційних підходів до популяризації культурного потенціалу міста, необхідно запроваджувати кращі практики приватно-громадського партнерства та вдосконалювати схеми взаємодії суспільного, комерційного та державного секторів з метою розвитку стратегій створення та усталення креативного капіталу. Що ставить на порядок денний необхідність підготовки фахівців проектного менеджменту, які мають бути обізнані у механізмах спрямування приватних та громадських ініціатив на збереження культурної спадщини історичних місць задля блага громад, в тому числі зайнятості, освіти, туризму, формування «дорожньої карти» для місцевої спільноти, що має змінити напрямок діяльності з пасивного використання історичних місць до активного творення інноваційного урбаністичного продукту.

У сучасному соціокультурному просторі Білої Церкви існує проблема низького рівня презентації творів і виробів народних художників і народних майстрів, які передають традиційну культуру молодому поколінню; унікальні технології та техніки, художньо-стилістичні системи, мотиви та предмети народного мистецтва. Характерними рисами творчості народних майстрів є представлення культурного розмаїття й народного мистецтва, поєднання

традицій, особливостей стилю та креативної імпровізації, що ґрунтується на високому професіоналізмі та повинні розвиватися відповідно до поточних вимог до продукції та технологій виробництва. Народні художні промисли та ремесла ЮНЕСКО відносить до нематеріальної спадщини, частини національної культури, що здатна реалізувати ефективну просвітницьку функцію, особливо необхідну в наш час.

У контексті теми даної дипломної роботи варто говорити про необхідність пошуку нових інструментів популяризації сучасних народних промислів та ремесел Білоцерківщини не лише в етнографічній експозиції місцевого краєзнавчого музею, але й для стимулювання економічного розвитку регіону та створення нових креативних кластерів, що об'єднують мистецькі осередки народних художніх промислів; мережу спеціалізованих навчальних закладів усіх ланок підготовки кадрів; креативні хаби передачі унікальних традицій молодому поколінню і технологій виготовлення елементів нематеріальної культурної спадщини. У місті працює декілька майстерень сучасних вишиванок та виготовлення сувенірів за традиціями народних майстрів. Окремою групою можна виділити майстрів хендмейдерів, зокрема продукцію учасників білоцерківської волонтерської групи, які щотижня виставляють свої вироби у парку імені Т.Г. Шевченка, в центрі міста, а кошти від продажу спрямовують на допомогу ЗСУ.

Сфера народних художніх промислів та ремесел бере участь у формуванні іміджу регіону, шляхом збереження цінностей і підтримки традицій на регіональному рівні, стимулюючи додатковий приплив туристів та презентації традиційного мистецтва на зовнішніх ринках, збільшуючи впізнаваність і привабливість української культури.

Окрім того, висока художня цінність і наявність місцевого колориту народних художніх промислів і ремесел території, є одним із чинників мультиплікативного ефекту у всіх сферах економіки і соціального життя, що позитивно впливає на активний розвиток таких видів туризму, як зелений, екологічний, культурний, що в сукупності призводить до створення

інфраструктури етнографічного туризму малих територій, підвищення якості послуг у невеликих містах та сільських населених пунктах, розширення сфери зайнятості місцевого населення та створення нових робочих місць в галузі відродження історичного культурного надбання (традицій, ритуалів, народних художніх промислів, ремесел, пам'ятників природи, історії, релігії та культури).

Всі ці позиції необхідно ввести, як правки до Стратегії розвитку Білої Церкви, оскільки там не передбачена актуалізація на розвитку народних художніх промислів та ремесел, як чинника ефективного використання, охорони та відновлення історико-культурних та природних рекреаційних ресурсів та наряду диверсифікації регіонального туристичного продукту, інтенсифікації туристичної галузі та бізнесу, популяризації на міжнародному ринку туристичних послуг місцевих громад.

Для захисту життєздатності елементів нематеріальної культурної спадщини, що пов'язані з народними художніми промислами та ремеслами України, що використовуються в туристичній діяльності необхідно об'єднати зусилля майстрів, організацій народних художніх промислів, органів місцевого самоврядування та ОТГ щоб розробити та затвердити програми збереження, відродження та розвитку народних художніх промислів та ремесел на території об'єднаної територіальної громади; ініціювати впровадження ідей конвергенції туристських послуг і промислів серед менеджерів і осіб, які приймають рішення в галузі розвитку НХП та ремесел; формувати і розвивати нові місця побутування НХП, а також ті, де вже існують і активно функціонують майстри НХП, мотивуючи учасників малого бізнесу, а також споживача до участі у формуванні нового інноваційного проекту (наприклад, розробка культурного продукту у рамках проекту «Малі міста – великі враження»); розвивати нові маркетингові комплекси, які спрямовані на створення малої індустрії інфраструктури (наприклад, заклади харчування, готелі, малі архітектурні форми, де предмети й інтер'єри були б виконані в стилі виробів регіональних НХП та ремесел); створити комплекс геоінформаційних ресурсів, таких як сайти, представництва в соціальних мережах, друковані видання з метою залучення туристів та місцевого

населення, що мають намір відвідати етнорегіони України й виявляють інтерес до вивчення історії рідного краю; модернізувати науково-методичне забезпечення підготовки фахівців галузі. Всі зазначені пункти перспективного розвитку народних художніх промислів та ремесел України можливі лише за умови створення креативних кластерів, відзначають [50. С.50].

У 2018 р. започатковано проєкт створення мережі «Туристичні кластери 300+», ціллю якого є впровадження кластерної моделі у туристичній галузі регіонів України на принципах ефективної соціальної взаємодії. На думку організаторів, реалізація цього проєкту має сприяти утворенню як мінімум 300 кластерів, що позитивно вплине на розвиток соціально-економічної та культурної сфер. Стратегія проєкту «Туристичні кластери 300+» передбачає такі етапи: пошук активістів; об'єднання їх у кластери; формування стратегії розвитку туризму; побудову туристичних об'єктів світового рівня; розробку фінансових проєктів, створення та просування продуктів; навчання кластерних спеціалістів; діалог з державою [48].

Прикладами започаткування кластерної системи в Україні є кластер народних художніх промислів «Сузір'я» (Прикарпаття), кластер сільського туризму «Оберіг» (Шепетівський район, Київська обл.), етноісторичний кластер сільського туризму «Древлянська земля» (Овручина, Житомирська обл.). Практика реалізації креативної економіки здійснюється у смт Петриківка (Дніпровська обл.), яка є центром народного мистецтва і відома мальовничими рослинними розписами; с. Великі Сорочинці (Полтавська обл.), що знамените національним Сорочинським ярмарком, започаткованим у ХІХ ст.; м. Чортків (Тернопільська обл.), який цікавий завдяки туристичним маршрутам; м. Заліщики (Тернопільська обл.), що привертає увагу живописними краєвидами півострова; м. Бучач (Тернопільська обл.), відоме як місто-музей, «українське Толедо»; м. Коростень (Житомирська обл.), що славиться природничо-історичними об'єктами та міжнародним фестивалем дерунів; м. Полтава (Полтавська обл.), що впізнаване завдяки міжнародному фестивалю «Полтавська галушка» [36].

Планування місцевого урбаністичного розвитку у сучасних умовах має базуватися на створенні культурних стратегій регенерації міського середовища, визнання культурних ресурсів в якості економічного активу та креативного капіталу міста, що здатні розвиватися, в тому числі за рахунок поживлення туристичної діяльності і проведення творчих заходів. Під час проведення фестивалю Операфест у містечку Тульчині Вінницької області, організатори не ставили за мету розвиток оперного мистецтва або інші фахові цілі, які притаманні саме таким фестивалям. Організатори поставили за мету відродження архітектурної пам'ятки – Палацу Потоцьких, який має стати не лише візитівкою міста, але й окрасою міського середовища.

Задля успішного проведення культурного стартапу кожен сегмент території фестивалю слугував меті збільшення цільової аудиторії проекту (ексклюзивна ніч на території Палацу Потоцьких, фестивалі національної їжі, проведення туристичних квестів та цікавих екскурсій). Крім того, під час підготовки до фестивалю було здійснено структурування туристичного потенціалу містечка та його сільських околиць, що в майбутньому має стати основою для створення тут туристичного центру, з притаманними лише йому природними та культурними особливостями, яке займе гідне місце на культурно-туристичній карті країни. Завдання полягає у розробці та реалізації культурних проектів, які поступово стають бюджетоутворюючими для малого міста. Перед початком таких проектів доцільно запустити процес стратегування міста, щоб визначити в якому напрямку краще рухатися. Унікальність міста найкраще підкреслити за допомогою розробки бренду міста, а історичний центр наповнити креативними і культурними просторами спілкування місцевих жителів і гостей. У центрі, вважає Ірина Френкель повинні розташовуватись «офіс міста», туристичний інформаційний центр, магазин місцевих виробників, офіс розвитку, освітньо-культурний центр, прокат роверів і заклади, де можна зустрітись за філіжанкою кави [58. С.84].

Для реалізації змін у місті складно знайти людей, яких не треба навчати дизайну, урбаністиці, сучасному благоустрою та іншим компетенціям, особливо

коли мова іде про маленьке місто. Але, навіть якщо якимось чудом команда переважає із ресурсами з'явиться у вашому місті, без залучення всіх верств населення, готових спільно працювати на майбутнє місто – нічого не спрацює, адже ідея має бути прийнята усією громадою міста. Важливо, щоб місто мало мрію. Не для галочки, не відірване від реальності буття, а просту, зрозумілу, прийнятую усією громадою. Тоді мрія перетворюється в стратегію життя міста[58. С.85].

Молодіжний фестиваль рок-музики «Гніздо» проводився у Білій Церкві починаючи з 2004 року по 2009 рік. Перший фестиваль пройшов 12 вересня на площі ПК «Росава», що було приурочено до Дня міста. На ньому виступали гурти з усієї України: «АммоК», «Бажана», «Станція Мир», «Далеко», «Новий Едем», «БумБокс», «Зеленые Каштаны», «Sбей пепел'S», «НеДіля», «Росава» та «J-Jubei». Після успішного проведення фестивалю організаторами було прийнято рішення зробити цей фестиваль щорічним, проте у 2010 році через фінансові причини був скасований.

Відродження фестивалю «Гніздо» може стати одним із важливих культурних заходів не лише у місті Біла Церква, а й у Київській області чи на рівні України. Адже у 2007 році, за приблизними підрахунками, на аеродромі Гайок було майже 100 тисяч чоловік. Можливим це стало завдяки кардинальній зміні в організації події. Якщо попередні три роки «Гніздо» відбувалося в межах міста, то цього разу територія фестивалю знаходилася у вільній від будинків та вулиць місцевості, що створила чудові умови для об'єднання митців, музикантів та інших творчих особистостей для спільного виступу і взаємодії.

З 2017 року наприкінці серпня на території дендрологічного парку «Олександрія», що межує з Гайком, проходить фестиваль «Олександрійська феєрія», який супроводжувався не лише виступами різних музичних гуртів і виконавців, але й включає екскурсійну і розважальну програму, смачний обід та спостереження за стартом і польотами повітряних куль. Тому такі заходи, як фестивалі «Олександрійська феєрія» та «Гніздо» можуть стати платформою для розвитку та об'єднання культурної спільноти в Білій Церкві, приваблюючи

митців різних напрямків та надаючи можливість мешканцям та туристам насолоджуватися диверсифікованими культурними продуктами.

Перспективним напрямом розвитку урбаністичного потенціалу Білої Церкви може стати проведення урбаністичних резиденцій або «культурних хакатонів» за участі архітекторів, митців, фахівців із міськбудування, які мають на меті мистецькі та урбаністичні дослідження, вироблення креативних ідей для ревіталізації пам'яток архітектури сучасними методами і за допомогою інноваційних технологій (зернові склади Браницьких, що є прикладом класицизму в господарчих, функціональних спорудах, мають входи, які акцентовані витягнутими від будівлі двоколонними портиками з торців і чотириколонним на головному фасаді [45], презентацію проектів, інсталяцій та майстер-класів певної тематики (у галузі культури, архітектури та креативної економіки), архітектурні воркшопи, результатом яких може стати облаштування кемпінгів для туристів на березі річки Рось біля колишньої бази заводу «Кераміка» та на «Зеленому пляжі».

За прикладом проведення у Гульчині проекту «Леонтович Арт-Квартал» (15 квітня – 30 травня 2018 р.), і передбачав роботу в трьох напрямках: створення муралів (ревіталізація фасадів сучасних будинків); міська скульптура - вуличні інсталяції (ревіталізація дворових просторів та прилеглих комерційних і соціальних об'єктів); створення просторової інсталяції на тему мелодії пісні «Щедрик» [57], невеликі та середні історичні міста з багатими культурними традиціями і знаковими особистостями й подіями, можна перетворити одну із вулиць міста в галерею сучасних мистецтв. Бажано підбирати локації, які візуально вибудовують Арт-квартал (стіна книжкової фабрики з однієї сторони та фасад колишнього Будинку побуту навпроти), здійснити ландшафтний дизайн біля локацій та встановити фірмові лавки, що разом створить спільний експозиційний простір мистецького кварталу.

Провулок Клубний, де знаходиться Київський академічний обласний музично-драматичний театр імені П. К. Саксаганського виходить на вулицю Леся Курбаса, яка одним кінцем межує із територією міського парку імені Т. Г.

Шевченка з численними мультикультурними майданчиками, а іншим виходить на історичну Торгову площу навколо пам'ятки архітектури XVIII століття - БРУМ. Кожен рік тут відбуваються сільськогосподарські ярмарки і мистецькі виставки до дня міста, Різдвяний та Новорічний ярмарки, творчі зустрічі із місцевими художниками, співочими колективами. На цій же вулиці знаходиться ресторан БункерМуз - перший АртПростір в Білій Церкві. На вихідних тут можна послухати виступи музичних гуртів, авторську поезію, випити смачні коктейлі та перекусити.

Театр, що міститься в колишньому клубному приміщенні, має велику та малу сцени і на сьогодні— єдиний театр у Київській області, який має професійних драматичних акторів, вокалістів, балет та оркестр. Свою історію театр розпочав, у білоцерківському театрі «Палас» вперше відбулася вистава українською мовою трагедії Шекспіра «Макбет», режисером постановником якої був Лесь Курбас. В цей же час в місті було створено театральну студію «Березіль» до якої увійшли молоді самодіяльні артисти. У 1923 р. вона була реорганізована у Державний театр, який діяв лише до 23 жовтня 1933 року – до часу, коли було репресовано Леся Курбаса. 30 грудня 1933 р., за наказом Наркомпросу УРСР, відкрився новий театральний колектив як обласний пересувний робітничо-колгоспний театр. До його складу увійшли актори-випускники Київського інституту музики і драми ім. М. Лисенка та декілька акторів-курбасівців.

На початку 60-х років XX ст. будівлю на Торговій площі, в якій на той час базувався Білоцерківський театр ім. Саксаганського, закрили через аварійний стан, а згодом знесли і артисти були змушені проводити репетиції в стінах Преображенського собору. Щоб привернути увагу влади до проблем театру, артисти проводили театралізовані акції на заболоченому майданчику в районі сьогоdnішнього парку Шевченка, де розпочалося будівництво нового театру, однак зупинилося на рівні свай, а потім взагалі припинилося. Зараз театр займає приміщення колишнього будинку офіцерів, яке у 2007 році було відремонтоване,

однак повністю не відповідає вимогам сучасного театру. Крім того, зала, розрахована на 234 місця, вже давно не вміщує усіх бажаючих глядачів[21].

На стіні будівлі центральної бібліотеки, що виходить на Торгову площу розміщена скульптурка із серії «Скульптурки-символи міста» - «Театральні маски», яка відображає зв'язок корифеїв українського театру із містом Біла Церква - Леся Курбаса, Михайла Старицького та Панаса Саксаганського.

Використовуючи досвід проведення українських і зарубіжних фестивалів, що мають за мету, в першу чергу, збереження культурної спадщини історичного центру міста, пропонується провести комплекс перформансів і театральних вистав, костюмованих дійств і квест-екскурсій, презентації книжок місцевих краєзнавців та виставку творів декоративно-прикладного мистецтва перед приміщеннями теперішньої будівлі театру (Клубний провулок), біля приміщення центральної бібліотеки (Торгова площа) - місця розташування білоцерківського театру часів Леся Курбаса щоб нагадати про історичне минуле цього закладу мистецтва та поєднати його з сучасністю. Головною особливістю заходів мають стати незадіяні раніше локації частини вулиці Леся Курбаса, зокрема стіна будівлі Білоцерківської книжкової фабрики, на якій розташована меморіальна дошка та інсталяція, присвячена Шолом Алейхему, скульптурка-символ міста «Бронепотяг Петлюри».

Таким чином, шляхом приваблення уваги до об'єктів, що добре збереглися або нещодавно відреставровані і мають історичну та культурно-мистецьку цінність для місцевої громади, підкресливши їх специфікою локацій масових заходів, можна надати не лише розважальний, а й навчальний та інформаційний характер подіям і залучити туристів з інших регіонів, перетворивши центр міста на креативний урбаністичний простір і своєрідний музей під відкритим небом на час проведення мистецьких акцій.

Серед таких українських та закордонних прикладів найцікавіших та амбітних перевтілень урбаністичних просторів та промислових об'єктів, варто згадати: Арт-забуд Платформа у Києві (колишній Дарницький шовковий комбінат) де щороку відбуваються музичні та гастрономічні фестивалі, майстер

класи в творчих майстернях. різноманітні заходи у коворкінгах та на благодійних барахолках; Арт-завод «Механіка. Інакша земля» у місті Харків; львівський Арт-центр Jam Factory; Доклендс Лондон (територія колишнього Лондонського порту) у процесі перебудови якого були створені численні пішохідні та велосипедні доріжки, що забезпечують доступ до річки, пішохідні мости, парки; Ландшафтний парк Duisburg-Nord – колишній індустріальний комплекс, що розташовується у м. Дуйсбурзі, Німеччина. На місці сталеливарного заводу «Мейдеріх» в кінці минулого століття був організований один з найбільш незвичайних парків Німеччини. Споруди колишньої промислової зони – доменні печі, газгольдери, сталеплавильні цехи – перетворилися на своєрідні атракціони[42. С. 102].

За результатами аналізу найновіших праць українських науковців встановлено, що перспективними напрямками повоєнного відновлення сфери туризму в Україні може бути розвиток таких видів туризму як рекреаційний, медичний, гастрономічний, екологічний, промисловий, воєнний, релігійний та етнічний. [43]. Для визначення майбутнього вектору розвитку вітчизняного туризму в контексті формування стратегії повоєнної відбудови, наголошують автори статі «Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні» необхідно орієнтуватися на такі стратегічні орієнтири: – розгалуження інфраструктури туристичних послуг та оцифрування рішень; – розвиток туризму на трьох рівнях (відповідно до туристичного напрямку, інвестиційних проєктів і місцевих особливостей) та формування конкурентної переваги України; – просування унікальних українських брендів за кордоном [30].

Особливої уваги в Україні видів туризму, які мають гарні перспективи розвиватися у повоєнний період заслуговують геологічний туризм (геотуризм) адже це вид туризму, що зберігає або навіть розширює пізнавальні, культурні та естетичні достоїнства певної території, трансформує її спадок, ґрунтується на основних принципах екологічного способу подорожування [25]; слоу-туризм, що тісно пов'язаний з таким популярним видом туризму, як гастрономічний туризм, оскільки збереження й поширення традиційних способів приготування

та споживання їжі, напоїв, сформованих традиційною культурою в окремій місцевості, де з покоління в покоління передаються ці традиції, лежить в основі розвитку обох цих видів туризму і тут самобутня українська кухня з її регіональними і локальними особливостями є невичерпним ресурсом [26]; сільський зелений туризм, що створює місцевим громадам умови для позиціонування власного туристичного продукту, як виробникам унікального місцевого і широко визнаного продукту [60].

Територія Білої Церкви, що знаходиться на межі розташування парку «Олександрія», урочища Гайок та населених пунктів Фурси і Чмирівка має всі умови для розвитку названих вище видів туризму, оскільки тут розташовані кілька закинутих кар'єрів, є сільськогосподарські підприємства з вирощування овочів і фруктів, науково-дослідне господарство Білоцерківського аграрного університету та інноваційний сад на території парку – сад «Мур».

Розширення об'єктів інфраструктури і мережі туристичних маршрутів, визначення напрямів розвитку рекреаційної діяльності, при проектуванні функціональних зон в межах лісопаркової частини дендрологічного парку «Олександрія» повинні стати важелем механізму активізації розвитку регіону, що дозволить значно підвищити внесок сфери туризму в регіональний бюджет, одночасно збільшивши доходи місцевого населення, вважає Н.О. Шевченко [63].

На прикладі Проекту концепції створення та розвитку туристично-рекреаційного ландшафтного парку «Олександрія XXI століття», дослідниця вивчає усі можливості використання основ сучасного проектування для організації маршрутів екологічного, спортивного, культурно-пізнавального видів туризму, виділення рекреаційного простору для проведення тематичних заходів в межах лісопаркової частини дендрологічного парку та створення комплексного культурно-туристичного продукту в зоні інноваційного центру «Зелена садиба», головною метою яких є гармонізація відносин між економічною вигодою, що отримана від рекреації, екологічною безпекою природних територій, що використовуються для відпочинку, і задоволення потреби людини у спілкуванні з природою [63. С.146].

При цьому, потрібно зважати, що умовою оптимізації використання рекреаційного потенціалу у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України є встановлення різних режимів використання природних, історико-культурних та інфраструктурних ресурсів, аналізу та прогнозування наслідків екскурсійно-туристичної діяльності, поєднання рекреаційно-туристичного і традиційного господарського природокористування, тобто поліфункціонального зонування території [4].

В контексті нашого дослідження урбаністичного потенціалу міста Біла Церква, основна увага приділяється створенню туристично-рекреаційних зон саме в лісопарковій частині дендрологічного парку, яка називається Голендерня, що може мати наступний набір функціональних зон: зона регульованої та стаціонарної рекреації на основі санаторно-курортного лікування в санаторії «Діброва»; зона організації культурно-просвітніх і видовищних видів відпочинку (зустрічі з відомими письменниками і поетами, виставки художніх творів білоцерківчан, які присвячені краєвидам міста та парку, проведення літературних вечорів, мистецьких дискусій, народних свят: Масниці, Маковея, Святого Миколая, Різдва, танцювальних балів, концертів камерної музики та хорових співів – Танцювальний павільйон, колонада Луна); зона просвітницької діяльності (створення спільних програм та проектів еколого-освітнього спрямування науково-дослідними й навчально-освітніми організаціями міста - створення музею екологічного виховання [35], який доцільно створити для цієї зони на основі працівників відділу збагачення дендрофлори парку, науковців Білоцерківського національного аграрного університету); зона загального відпочинку (оглядові екскурсії парком, індивідуальні піші та велосипедні маршрути з видовими майданчиками й місцями для стоянок велосипедів, міні-зоопарк); спортивного – оздоровча зона (рекреація у Мотузязному парку розваг); зона пізнавального туризму (музей й екскурсійне бюро парку, літні екологічні табори для молоді на березі річки Рось на межі з урочищем Гайок); зона зеленого туризму або інноваційний центр «Зелена садиба» (заняття й тренінги з організаторами сільського й агротуризму та власниками «зелених» садіб,

майстер-класи народних промислів, дегустація екологічно чистої продукції – сад «Мур»)

Намагаючись відповідати запитам суспільства та успішно конкурувати в туристичній галузі із приватним бізнесом, світові музеї урізноманітнюють перелік своїх послуг виконуючи не лише просвітницькі, а й комунікаційні, реабілітаційні, функції (наприклад, під час проведення майстер-класів заохочуються дискусії про роль і розвиток мистецтва). Кілька років тому фінський музей Атенеум запровадив програму «арт-меню», яка передбачає співпрацю з місцевою мережею ресторанів: замовляючи таке меню, гурман отримує квиток на музейну виставку, що пов'язує митця і його гастрономічні уподобання чи особливості національної кухні країни, звідки родом митець (спеціальне меню до експозиції, присвяченій Сібеліусу, чи французькому фотографу Анрі Картьє-Брессону і т.д.), крім того у магазині, що працює при музеї, пропонуються книги, сувеніри, арт-об'єкти, які ілюструють діяльність, життєвий і творчий шлях «головної діючої особи» виставки.

У жовтні 2023 року у Білоцерківському краєзнавчому музеї проводився виставковий проєкт «ІХТІС. Чумацька ікона на рибі», адже ікони написані саме на рибі були символічно пов'язані з їхнім промислом, а перевезення солоної риби було на другому місці по значущості після солі. До експозиції увійшли також врятовані з Херсонського обласного краєзнавчого музею сучасні зразки іконопису та живопису на рибі, створені мисткинею Оксаною Оснач. [20]. Виставка також розповідала про побут та звички чумаків, традиції святкування ними релігійних і народних свят.

Досвід фінських музеїв по привабленню відвідувачів через програму «арт-меню» став би у чудовій пригоді для багатьох тематичних і тимчасових виставок, які проводяться у музеї, адже поруч біля Білоцерківського краєзнавчого музею знаходиться низка ресторанів і кафе, що пропонують національні кухні та мають гарні пропозиції для відвідувачів, зокрема «Сусідка Белла» – заклад італійської кухні на вулиці Леся Курбаса; «Театр Палас» – ресторан напроти БРУМу в приміщенні готелю "Київ", з європейською,

азіатською та східноєвропейською кухнями – Торгова площа; гастробар «Імбир - Sushi & Wok» – ресторан китайської та японської кухні на Леся Курбаса; YOKO - ресторан японської та європейської кухні на Ярослава Мудрого; Цех 59 - ресторан американської кухні на Леся Курбаса; Lepsza Садиба - ресторан європейської кухні на площі Шевченка; «Кавярня на Соборній»- Соборна площа; «Cube Espresso Bar» та «Арт Кафе Квартира 36» - кав'ярні на Торговій площі; «Lviv Croissants» кав'ярня на Ярослава Мудрого; «Віденська Кава» кав'ярня на Леся Курбаса. Як видно з адрес закладів, всі вони розташовані у безпосередній близькості від краєзнавчого музею і можуть стати партнерами програми «Арт-меню».

Серед тематичних та тимчасових виставок краєзнавчого музею, які можна використовувати для майстер-класів та екскурсійних турів у програмі «арт-меню» варто назвати наступні: «Такою бачу Україну»- виставка картин художника Миколи Олександровича Хрусталенка; «Західноєвропейське мистецтво XVII–XIX ст.(живопис, скульптура, графіка)» «Природні кольори в роботах художників Білоцерківщини»; «Українська традиційна вузлова лялька»; «Барви петриківського розпису» [51].

Аналізуючи пропоновані скандинавськими музеями програми, можна зробити висновки, що основний фокус тут робиться на школі (учнях та вчителів), що відображає загальну державну політику соціальної й освітньої підтримки батьків та дітей. Регіональні та міські музеї часто пропонують різні культурні заходи та прогулянкові тури. Один із найоригінальніших проєктів у Кадріорзі (Естонія) – музейна йога – заняття з фізкультури та мистецтва. Музей також не цурається дорослої аудиторії: крім звичних лекцій, музей, наприклад, пропонує музичні вечори. Не є винятком і люди з обмеженими можливостями різних вікових груп[31].

У сучасних умовах проблеми розвитку сфери туризму все частіше переносяться на регіональний рівень, оскільки реальний зміст соціально-культурних можливостей найдоцільніше визначати з урахуванням наявних туристичних та рекреаційних ресурсів та умов тієї або іншої території. Зокрема,

це стосується і стратегії розробки бренду міста, використання урбаністичного потенціалу для покращення туристичного іміджу регіону. Поняття «бренд міста» трактується багатьма вченими, як синонім понять «імідж», «репутація», як сума всіх матеріальних і символічних елементів, які роблять місто унікальним та сума вражень, які справляє місто на цільову аудиторію, відзначаючи, що це образ міста, який спеціально формується у свідомості різних груп людей з метою розвитку і промоції міста [6. С. 19]

Комплексний, диференційований підхід до брендингу територій, акцентуючи увагу на конкурентній ідентичності міста як складової бренду, що включає шість елементів, зокрема: туризм, експорт, політику, бізнес та інвестиції, культуру, людей, вперше розробив провідний фахівець у галузі брендингу Саймон Ахнольт [69], а Браун Е. та Каваратзіс М. підкреслили, що створення бренду міста – це процес формування унікального набору позитивних асоціацій з містом через пропаганду цінностей на ментальному, візуальному і вербальному рівнях [70, 73]. Відповідно, програми стратегічного розвитку туризму міст мають приділяти постійну увагу брендингу чи ребрендингу, задля створення не лише позитивного образу, але й висвітлення нових аспектів і подій у житті міста, які зробили його більш комфортним, толерантним, «дружнім до туристів та бізнесу, як це трапилося із брендинговою компанією Копенгагена - «Open Copenhagen» (Відкрий Копенгаген), яка через 20 років існування змінилася на ребрендинг «cOPENhagen: Open For You».

Державне агентство України з туризму та курортів у 2014 році спільно з робочою групою у складі команди «ВікіСітіНоміка», дизайн-студії «Королівські митці» та агентства «Brandhouse» запустило системну програму з популяризації України на світовій арені шляхом розробки нового туристичного бренду, щоб покращити пізнаванність нашої держави на міжнародному туристичному ринку та активізувати розвиток національної туристичної індустрії. Водночас, Т.Л. Нагорняк наголошує, що формування Національної програми «Бренд України» має сприяти, в першу чергу, виникненню і поширенню української національної

ідентичності, загального почуття національної гордості, що консолідує країну навколо брэнда «Україна» [32].

Для того щоб розроблений брэнд туристичної дестинації був ефективним необхідно проводити постійні та систематичні заходи з його популяризації та просування. Важливу роль у позиціонуванні туристичного регіону відіграють маркетингові комунікації, зокрема проведення виставково-ярмаркових, культурно-розважальних та рекламних заходів. Нині, подієва складова територіального брэндингу розглядається як одна з найдавніших та одночасно найсучасніших та інноваційних технологій його просування[10].

Відсутність в місті висококваліфікованих кадрів у сфері проектного менеджменту та брэндування очевидно стали причиною того, що одна із цілей Стратегії розвитку Білої Церкви, а саме «Створення брэнду міста - розробка брэнд-бука міста (геральдика, герб, гімн, прапор, варіанти використання рекламної продукції)» так і не була реалізована. Очевидно, це трапилось ще й тому, що дана ідея не обговорювалася широким загальним громадян місцевої громади, не знайшла підтримки у працівників соціокультурної сфери та не виявила спільні цінності, що обумовляють соціально-економічний і культурний розвиток території, збільшать її інвестиційну та туристичну привабливість за рахунок саме брэнду, оскільки він є інформаційним відображенням процесів консолідації суспільства над спільною метою. Причому потрібно пам'ятати, що єдина концепція Інтернет-сайтів туристичних локацій Білої Церкви, має передбачати відповідність сайту певним вимогам: якість інформації, зручність користування, достовірність.

У Програмі розвитку туристичної галузі м. Львова на 2016–2022 роки приділяється велика увага саме створенню інтерактивного ресурсу, який презентує культуру у всіх її проявах в історичному контексті та її сучасний стан за допомогою мапування культурного розмаїття міста та розвитку нових туристичних маршрутів, які розширюють можливості репрезентації Львова, як міста з багатою історією та культурою, різноманітними середовищами та можливостями шляхом створення віртуальних турів, 3-D турів, інтерактивних

карт для формування конкурентоспроможного вітчизняного туристичного продукту [40]. Очевидно, що доцільно встановити інтерактивні екрани з туристичною інформацією й на білоцерківському залізничному вокзалі, що дозволить туристам у зручній та доступній формі отримати необхідну інформацію у візуальній формі.

За прикладом Вінниці, де реалізується стратегія створення «Культурного коду», як основи майбутнього швидкого розвитку туристичної галузі міста [66], доцільно розробити концепцію формування унікального культурного простору міста та створення впізнаваного бренду, на основі використання урбаністичного потенціалу міста та культурної й природної спадщини для створення конкурентоспроможного туристичного продукту.

Актуалізація та просування туристичної пропозиції передбачає розробку і реалізацію концепції очищення водойм міста, зокрема річок Рось та Протока й впорядкування їхніх прибережних зон шляхом створення заощеної набережної із туристично-привабливими місцями та зонами відпочинку й рекреаційної зони із пляжами, майданчиками для занять спортом, велодоріжками та велосмугами, літніми кафе і ресторанами, протяжністю 3 кілометри на лівому березі р. Рось (від парку «Олександрія» до Центрального пляжу)

ВИСНОВКИ ДО 3 РОЗДІЛУ

Аналіз урбаністичних ресурсів міста Біла Церква дозволяє стверджувати, що місто володіє значним культурним й творчим, природним та індустріальним, освітнім й управлінським потенціалом для формування багатьох видів креативної діяльності, який необхідно спрямувати на розробку стратегії розкриття культурного потенціалу міста, створення нових креативних продуктів та на переосмислення вже існуючих, що має сприяти стимуляції соціального і економічного розвитку, підвищенню ролі туризму та підтримці культурної спадщини.

Соціокультурним й творчим просторам міста властива локалізація в історичному центрі (краєзнавчий музей, парк імені Т.Г. Шевченка, академічний обласний музично-драматичний театр імені П. К. Саксаганського, Торгова площа навколо пам'ятки архітектури XVIII століття – БРУМ, приміщення центральної бібліотеки - місця розташування білоцерківського театру часів Леся Курбаса) та відокремленість окремих об'єктів і закладів на значній відстані (дендрологічний парк «Олександрія, урочище та аеродром Гайок на виїзді з Білої Церкви в сторону Вінниці; лісопаркова частина дендрологічного парку, яка називається Голендерня та санаторій «Діброва» через річку Рось від парку «Олександрія»; великий ПК «Росава», де відбуваються знакові концерти і культурні заходи міста розташований в житловому масиві).

На основі вітчизняного та міжнародного досвіду розроблення «дорожніх карт» або стратегій для розвитку креативних та культурних індустрій в окремих містах та як метод оцінювання проблем зовнішнього та внутрішнього міського середовища був проведений SWOT- аналіз переваг і недоліків розвитку туристичного урбаністичного потенціалу, відображений у Стратегії розвитку Білої Церкви та розроблено ряд рекомендацій.

Зокрема, було виявлено, що головною проблемою розвитку туристичної сфери міста є відсутність єдиного концептуального підходу в формуванні та просуванні туристичних продуктів регіону; проблема низького рівня презентації

творів і виробів народних художників і народних майстрів, які передають традиційну культуру молодому поколінню; відсутність комплексних досліджень оцінки впливу творчих індустрій на розвиток унікальних культурних особливостей територій; брак творчих просторів для митців в середмісті.

Тому, як правки для доповнення до вже існуючої Стратегії розвитку міста Біла Церква було рекомендовано перетворити одну із вулиць міста, а саме вулицю Леся Курбаса, в галерею сучасних мистецтв, доповнивши її локаціями, які візуально вибудовують Арт-квартал; для приваблення відвідувачів Білоцерківського краєзнавчого музею реалізувати програму «арт-меню»; в межах лісопаркової частини дендрологічного парку «Олександрія» створити туристично-рекреаційний ландшафтний парк «Олександрія XXI століття».

Формування цих креативних та рекреаційних просторів дозволить виробити нові погляди щодо інтерпретації знайомих історико-культурних об'єктів, переосмислити роль вже існуючих природних ландшафтів та зміцнити культурну інфраструктуру та відкрити нові виміри використання урбаністичного середовища міста.

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ

Цінності сучасного постіндустріального та інформаційного суспільства формують світогляд і спосіб життя, який проявляється у сфері комунікацій, символічного культурного обміну і творчої самореалізації та здійснюється в будівлях і закладах інституцій культури та на відкритих громадських просторах міста. Тому, дуже важливо щоб об'єкти урбаністичної спадщини створювали можливості для збереження власної культурної ідентичності та формування творчого середовища для розвитку кожного громадянина місцевої спільноти та потенційних культурних туристів.

В контексті планування та розвитку креативних індустрій у міському середовищі, ефективне освоєння потенціалу історико-культурної, промислової та природної спадщини вимагає розуміння сучасних тенденцій сталого збалансованого соціального, культурного, економічного розвитку для того, щоб успішно адаптуватися та виробити відповідні стратегії та моделі розвитку міста засновані на локальних ресурсах; формування інноваційних туристичних проєктів й зміцнення культурної інфраструктури; генерування та продукування нових культурних смислів і нових дій через:

- інтерактивні квести з культурного картування ресурсів міста та його околиць;
- цільову маркетингову діяльність, що включає ідентифікацію та вивчення цільових ринків проведення мистецьких заходів і подій, спортивні та екстремальних заходів, фестивалів і майстер-класів;
- розроблення багатовимірної стратегії розвитку культури і туризму, креативних індустрій;
- формування і промоція бренду міста;
- покращення поінформованості місцевого населення та потенційних туристів про роль креативних індустрій у розвитку територій, шляхом проведення форумів, конференцій, фестивалів, конгресів;

- залучення спеціалістів у сфері креативного, культурного та проектного менеджменту для вивчення і поширення відповідних знань, успішних практик популяризації й підтримки вітчизняного креативного продукту;
- створення різних форм туристичного продукту з власними специфічними просторовими характеристиками та інфраструктурними об'єктами, характерними для даної території;
- підтримку проектів в громадських просторах через розвиток мистецьких кварталів, які об'єднують мистецькі інсталяції галереї, студії, музеї, арт-кафе художні галереї, вуличні скульптури та ін.;
- організацію фестивалів, виставок та культурних подій, що привертають як місцевих жителів, так і гостей міста креативними туристичними послугами;
- розвиток диверсифікованих видів міського туризму;
- підтримку місцевих підприємців, які пропонують унікальні та автентичні послуги для туристів.
- розвиток міських культурних маршрутів і туристичних програм для об'єктів промислового туризму;
- створення гастрономічних маршрутів і арт-меню;
- організація спортивних подій, таких, як велосипедні заїзди, марафони, тощо;
- переосмислення природної спадщини, перепрофілювання лісопаркових зон заради створення рекреаційних об'єктів;
- впорядкування прибережних зон річок, шляхом створення туристично-привабливих точок огляду мальовничих ландшафтів та зон відпочинку.

Відзначено, що ринок міського туризму вимагає високого рівня кваліфікації та знань працівників туристичної сфери, тому сприяє появі нових освітніх мультидисциплінарних програм та підвищенню інноваційності туристичної діяльності, активізації розвитку міського середовища та покращення ефективності використання урбаністичної культурної і природної спадщини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Берест П. М. Європейські культурні маршрути як чинник активізації розвитку туристичних дестинацій Центральної України. Феномен культури постглобалізму : зб. мат. II Міжнар. наук.-практ. конф., м. Маріуполь, 26 листопада 2021 р. : у 2 ч. / Маріуп. держ. ун-т ; гол. ред. Ю. С. Сабадаш ; упоряд. С. Янковський ; техн. ред. О.В. Дейниченко. Маріуполь : МДУ, 2021. Ч. I. – 228 с. С.27-31
2. Берест П. М. Розвиток туристичних дестинацій в контексті участі України в програмі європейських культурних маршрутів. Культура і сучасність : альманах. 2021. № 2. С. 68–73.
3. Божук Тетяна Туризм як форма організації мистецьких акцій. Альтернативний туризм : матеріали науково-практичного семінару (30 вересня 2022 року, м. Львів). Львів : ПП “Видавництво “БОНА”, 2022. 200 с. С. 24-26
4. Брусак В., Майданський М. Функціональне зонування національних природних та регіональних ландшафтних парків Карпатського регіону: сучасний стан, методи і методологія реалізації // Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2013. Випуск 41. С. 50–69.
5. Відродження з попелу: як вдихнути нове життя в депресивні райони українських міст URL:<https://gordonua.com/ukr/blogs/a-avdeev/vidrozhennja-z-popelu-jak-vdihnuti-nove-zhittja-v-depresivni-rajoni-ukrajinskih-mist-1524073.html>(дата звернення 18.10.2023 р.)
6. Влащенко Н. М. Сіті-брендинг : навч. посібник Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2016. 151 с.
7. Габрель М. М., Косьмій М. М. Унікальність простору міста. Аналіз і використання в управлінні його розвитком Сучасні проблеми архітектури та містобудування: Наук.-техн. збірник / Відпов. ред. М.М. Дьомін. К., КНУБА, 2019. Вип. 53. 360 с. С. 148-168

8. Галкін С.І. Державний дендрологічний парк "Олександрія" НАН України: історія та сьогодення // Інтродукція рослин : Міжнародний науковий журнал. 2010. N 4. С. 48-54.
9. Ганинець Рената. Роль туризму в контексті розвитку Львова як «креативного міста». Культурологічний альманах: Випуск 3. Управління культурними проектами і креативна індустрія. Київ: Вид-тво НПУ імені М.П. Драгоманова, 2016. – 182 с. С. 149- 151
10. Гарбера О.Є. Територіальний брендинг як інструмент підвищення конкурентоспроможності туристичної дестинації. Ефективна економіка № 10, 2016. URL: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=5182>(дата звернення 18.10.2023 р.)
11. Гладкий О.В. Туристично-країнознавча характеристика провідних міст Європи URL: <https://internationalconference2014.wordpress.com/> 2017/05/14/ туристично-країнознавча-характерист/(дата звернення 14.10.2023 р.)
12. Гнатюк Л. Р., Мельник М. В. Ревіталізація промислових об'єктів на прикладі м. Київ. Теорія і практика дизайну. Технічна естетика. Вип. 16. 2019. С. 52-67
13. Голод Андрій Альтернативний туризм як явище і концепція. Альтернативний туризм : матеріали науково-практичного семінару (30 вересня 2022 року, м. Львів). Львів : ПП "Видавництво "БОНА", 2022. 200 с. С. 32-34
14. Гончарова Катерина Про проблеми малих міст. Культура і креативні індустрії як основа розумної стратегії розвитку малої території. Посібник. Вінниця: 2018, 152 с. С.93-97
15. Гончарова Катерина, У пошуках нових підходів до збереження культурної спадщини: приватно-громадське партнерство. Культура і креативні індустрії як основа розумної стратегії розвитку малої території. Посібник. Вінниця: 2018, 152 с. С. 40-49

16. Дичковський С.І. Глобальні трансформації туристичних практик і технологій в контексті становлення цифрового суспільства (digital society): монографія. Київ. Видавництво Ліра-К. 2020. 384 с.
17. Дмитренко А. Ю., Кузьменко Т. Ю. Сучасний стан та тенденції розвитку селищ міського типу в Україні. Аналіз і використання в управлінні його розвитком Сучасні проблеми архітектури та містобудування: Наук.-техн. збірник / Відпов. ред. М.М. Дьомін. К., КНУБА, 2019. Вип. 53. 360 с. С.179-188
18. Жук Ю. Перспективи розвитку промислового туризму у Львівській області Альтернативний туризм : матеріали науково-практичного семінару (30 вересня 2022 року, м. Львів). Львів : ПП “Видавництво “БОНА”, 2022. 200 с. С.53-57
19. Ільченко Світлана. Креативне місто як спосіб подолання урбаністичної кризи Місто й оновлення. Урбаністичні студії / Представництво Фонду ім. Гайнріха Бьоля в Україні; Редкол.: С. Шліпченко, В. Тимінський, А. Макаренко, Л. Малес, І. Тищенко. К.: ФОП Москаленко О.М., 2013. 360 с. С. 154-64
20. ІХТІС. Чумацька ікона на рибі URL:<http://bkm.in.ua/vistavki/timchasovi-vistavki> (дата звернення 14.10.2023 р.)
21. Київський академічний обласний музично-драматичний театр імені П. К. Саксаганського. URL: <https://web.archive.org/web/20161129144244/http://bc-teatr.com/історія-театру/>(дата звернення 18.10.2023 р.)
22. Кляп М. П., Шандор Ф. Ф. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. К. : Знання, 2011. 334 с.
23. Ковальчук Інна. Ковальчук Ірина. Проект «Малі міста – великі враження» Культура і креативні індустрії як основа розумної стратегії розвитку малої території. Посібник. Вінниця: 2018, 152 с. С. 98-120
24. Креативні міста. Методичні рекомендації щодо приєднання українських міст до Мережі креативних міст ЮНЕСКО URL:

<https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/403/city.pdf> (дата звернення 14.10.2023 р.)

25. Лабарткава Валентина Геотуризм як альтернативний вид туризму Альтернативний туризм : матеріали науково-практичного семінару (30 вересня 2022 року, м. Львів). Львів : ПП “Видавництво “БОНА”, 2022. 200 с. С. 103-105

26. Любіцева О. Slow-tourism як перспективний напрямок розвитку вітчизняного туризму Альтернативний туризм : матеріали науково-практичного семінару (30 вересня 2022 року, м. Львів). Львів : ПП “Видавництво “БОНА”, 2022. 200 с. С. 114-117

27. Мезенцева Н. Нові обличчя міст України. Урбаністична Україна: в епіцентрі просторових змін: монографія / за ред. К. Мезенцева, Я. Олійника, Н. Мезенцевої. Київ: Видавництво «Фенікс», 2017. 438 с.

28. Мережа креативних міст ЮНЕСКО URL: <https://unesco.mfa.gov.ua/spivrobotnictvo/merezha-kreativnih-mist-yunesko>(дата звернення 27.09.2023 р.)

29. Міста-привиди: 5 покинутих міст в Україні URL: <https://dovkola.media/mista-pryvydy-5-rokynutykh-mist-v-ukraini/>(дата звернення 18.10.2023 р.)

30. Моца А., Шевчук С., Серета Н. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. Економіка та суспільство. 2022. Вип. 41. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>].

31. Музейні монстрики, йога та кінотеатр імах. Європейські музеї для всіх URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/article/european-museums-for-everyone>(дата звернення 18.10.2023 р.)

32. Нагорняк Т.Л. Країна як бренд. Національний бренд «Україна» // Стратегічні пріоритети : наук.-аналіт. щокв. зб. НІСД. 2008. № 4 (9). С. 220–228.

33. Новий туристичний маршрут «Подільський шлях святого Якова» URL: <https://vezha.ua/novyj-turystychnyj-marshrut-podilskyj-shlyah-svyatogo-yakova-ofitsijno-zarustyat-25-kvitnya/>(дата звернення 18.10.2023 р.)

34. Образцова А. Програма «Culture Bridges»: алгоритм участі у програмі державних та приватних організацій, митців та підприємців у сфері культури і креативних індустрій. Культура і креативні індустрії як основа розумної стратегії розвитку малої території. Посібник. Вінниця. 2018, 152 с. С.35-39
- 35.Олександрія - перлина серед парків URL: <https://www.nas.gov.ua/UA/Messages/Pages/View.aspx?MessageID=5339>(дата звернення 18.10.2023 р.)
36. Отрішко М. А. Культурні та креативні індустрії як чинник трансформації малого міста. Філософія подієвої культури: теорія і практика: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. (Київ, 26-27 березня 2020 р.) Київ : КНУКіМ, 2020. 186 с. С.128-131
37. Пацюк В.С. Аналіз світового досвіду розвитку індустріального туризму Географія та туризм. 2010. Вип.3. С.39-44. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/pacjuk3.htm(дата звернення 18.10.2023 р.)
38. Перелік територій ПЗФ станом на 01.01.2020. URL: <https://wownature.in.ua/parky-i-zarovidnyku/>(дата звернення 18.10.2023 р.)
39. Погуда Н.В., Горпинюк О. С. Особливості формування стратегії м. Біла Церква URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=5956>(дата звернення 14.10.2023 р.)
40. Про затвердження Програми розвитку туристичної галузі м. Львова на 2016–2022 роки. Ухвала Львівської міської ради від 04.02.2016. № 134. URL: <http://www8.city-adm.lviv.ua/>:(дата звернення 14.10.2023 р.)
41. Програма розвитку малого і середнього підприємництва в Білоцерківському районі на 2015-2016 роки URL: bcrda.kiev.ua/ (дата звернення 14.10.2023 р.)
42. Реновація промислової забудови та її адаптація до сучасного міського середовища : монографія / [Ю. І. Гайко, Є. Ю. Гнатченко, О. В. Завальний, Е. А. Шишкін; за заг. ред. Ю. І. Гайка, Е. А. Шишкіна] ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2021. 353 с.

43. Римар С. Голод А. Перспективні напрями формування туристичного іміджу України в умовах виходу із кризи. Альтернативний туризм : матеріали науково-практичного семінару (30 вересня 2022 року, м. Львів). Львів : ПП “Видавництво “БОНА”, 2022. 200 с. С. 140-145
44. Сенді Фітцджеральд Посібник з 30 найкращими прикладами реновації промзон URL: <https://www.culturepartnership.eu/upload/editor/2017/handbook/Design%20Handbook%20ua.pdf> (дата звернення 18.10.2023 р.)
45. Склади Браницьких URL: <https://gid.bila-tserkva.in.ua/pamyatky-arkhitektury-mista/14-sklady-branytskykh>), (дата звернення 18.10.2023 р.)
46. Скульптурки - символи міста Біла Церква. URL: <https://www.facebook.com/skulpturky.bc/> (дата звернення 18.10.2023 р.)].
47. Спецпроект IGotoWorld «Місто за вікенд. Біла Церква» URL: <https://www.bctravel.com.ua/specproekt-igotoworld-misto-za-vikend-bila-cerkva/> (дата звернення 18.10.2023 р.)
48. Створення мережі «Туристичні кластери 300+». URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/2509656-stvorennja-merezituristicni-klasteri-300.html>. (дата звернення: 30.09.2023).
49. Стратегія «Біла Церква 2025» URL: <https://economy.bc-rada.gov.ua/ekonomika-mista/stratetiia-rozvytku>(дата звернення 18.10.2023 р.)
50. Телеуця В., Снігирьова Л. Народні художні промисли: проблеми та перспективи розвитку. Культура і креативні індустрії як основа розумної стратегії розвитку малої території. Посібник. Вінниця: 2018, 152 с. С. 50-65
51. Тимчасові виставки — Білоцерківський краєзнавчий музей URL: <http://bkm.in.ua/vistavki/timchasovi-vistavki>(дата звернення 18.10.2023 р.)
52. Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи: монографія / Заг. вид. І. М. Писаревського; Слухай. національного акад. Міск. М-р Х.: ХНАМГ, 2011. 284 с.

53. Україна офіційно приєдналася до угоди про культурні маршрути Ради Європи. Офіційний сайт Міністерства культури та інформаційної політики України. URL: <https://mkp.gov.ua/news/5292.html> (дата звернення: 27.09.2023)
54. Україна – ЮНЕСКО URL: https://odnb.odessa.ua/view_post.php?id=2803(дата звернення 18.10.2023 р.)
55. Фастовець О.О. Міста як центри розвитку міського (урбан) туризму URL: <http://molodyvcheny.in.ua/files/journal/2018/4.2/42.pdf>(дата звернення 14.10.2023 р.)
56. Федів Ю., Запорожець О. Український культурний код. Культура і креативні індустрії як основа розумної стратегії розвитку малої території. Посібник. Вінниця: 2018, 152 с. С.27-29
57. Фестиваль «Леонтович Арт- Квартал» URL: <https://uccs.org.ua/festyval-leontovych-art-kvartal/>(дата звернення 18.10.2023 р.)
58. Френкель І. Креативна економіка – шлях розвитку малих міст. Культура і креативні індустрії як основа розумної стратегії розвитку малої території. Посібник. Вінниця. 2018, 152 с. С. 76- 86.
59. Чередниченко О.Ю., Чередниченко А.О. Можливості та перспективи розвитку індустріального (промислового) туризму у східному регіоні України Вісник економіки транспорту і промисловості. 2009. №28. С.71-74.
60. Черчик Л.М. Сільський туризм як ефективна форма самостійної зайнятості у трудонадлишкових регіонах. Регіональна економіка. 2009. № 1 (51). С. 178-183.
61. Шевцова А.О. Креативні стратегії розвитку міст: сутність поняття та підходи до його розуміння. Український географічний журнал 2014, № 2 с.39-43 URL: https://ukrgeojournal.org.ua/sites/default/files/UGJ_2014_2_39-43.pdf (дата звернення 18.10.2023 р.)
62. Шевченко Н.О. Аналіз рекреаційного продукту дендрологічного парку «Олександрія» для підготовки перспективної моделі територіальної організації

туристської сфери регіону. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв: Науковий журнал. К.: Міленіум, 2017. № 2. С.61-64

63. Шевченко Н.О. Інноваційні підходи до моделювання напрямів розвитку рекреаційної діяльності на територіях дендрологічних парків. Мистецтвознавчі записки: Зб. наук. праць. Вип. 31 К.: Міленіум, 2017 С.144-151

64. Як змінились історичні будівлі Києва URL: <https://telegraf.design/yak-zminylys-istorychni-budivli-kyueva/> (дата звернення 18.10.2023 р.)

65. 5 пріоритетів культурної політики ЄС URL: <https://www.culturepartnership.eu/ua/article/cultural-policy-priorities?fbclid=IwAR1Wh6JPhqyDvzfHg6nJqO4bl58JxA0EhV3tflPC5qgXWmr53tjVrJuD8A> (дата звернення 14.10.2023 р.)

66. 50+1 проект, який планує реалізувати Вінниця до 2030 року URL: <https://vezha.vn.ua/50-1-proekt-yakuj-planuye-realizuvaty-vinnysya-do-2030-roku/>(дата звернення 14.10.2023 р.)

67. Al-hagla K. Sustainable urban development in historical areas using the tourist trail approach: A case study of the Cultural Heritage and Urban Development(CHUD) project in Saida, Lebanon // Cities. 2010. Vol. 27, № 4. P. 234–248.

68. Alvarez S. International Tourism Management. URL: <https://webcourses.ucf.edu/courses/1311758>(дата звернення 18.10.2023 р.)

69. Anholt S. Places: Identity, Image and Reputation. Palgrave Macmillan, 2009. 256 p.

70. Braun E. City Marketing. Towards an Integrated Approach // Erasmus Research Institute of Management. Rotterdam, 2008. 250 p.

71. Bandarin, Francesco. The Creative Power of Cities // City, Culture and society. 2010. № 4. P.121 -122.

72. Cultural Routes of the Council of Europe. Офіційний сайт Культурних маршрутів Ради Європи. URL: <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes/bytheme> (дата звернення: 01.10.2023).

73. Kavaratzis M. From City Marketing to City Branding. An Interdisciplinary Analysis with Reference to Amsterdam, Budapest and Athens. — PhD Thesis, University of Gronongen, 2008., p. 58-73
74. Landry, Ch. 2001, The Creative City — A Toolkit for Urban Innovators, London: Earthscan 240 p.
75. Pratt, A. 2011, ‘The Cultural Contradictions of the Creative City’, City, Culture and Society, no. 2, p. 123–130.
76. Richards G. Tourism trends: The convergence of culture and tourism. 2014. URL: https://www.academia.edu/9491857/Tourism_trends_The_convergence_of_culture_and_tourism (дата звернення 27.09.2023 р.)
77. Richards G. Creativity and tourism in the city. Current Issues in Tourism, 2013. URL : <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2013.783794> (дата звернення 14.10.2023 р.)
78. Smith M. K. Issues in Cultural Tourism Studies. L., N. Y: Routeledge, 2003.195 p.

ДОДАТКИ

Автори світлин Роман Наумов і Ростислав Маленков



Фото пам'ятника засновнику міста Ярославу Мудрому



Мурал на будівлі Будинку культури навпроти мерії

Автори цього муралу: Андрій Ковтун, Вікторія Бондар, Антон Кондрашов



Зимовий палац Браницьких-тепер це Школа мистецтв



Будівля аграрного університету-історична споруда колишньої гімназії 19 ст



Костьол і будинок органної музики одночасно



Площа із сучасними інсталяціями



Танцювальний павільйон у дендрологічному парку «Олександрія»



Колонада Ехо, де відбуваються концерти інструментальної музики



Схема парку Олександрія <https://dyvys.info/2018/10/20/park-oleksandriya-nejmovirna-krasa-najbilshogo-parku-ukrayiny-video-foto/>



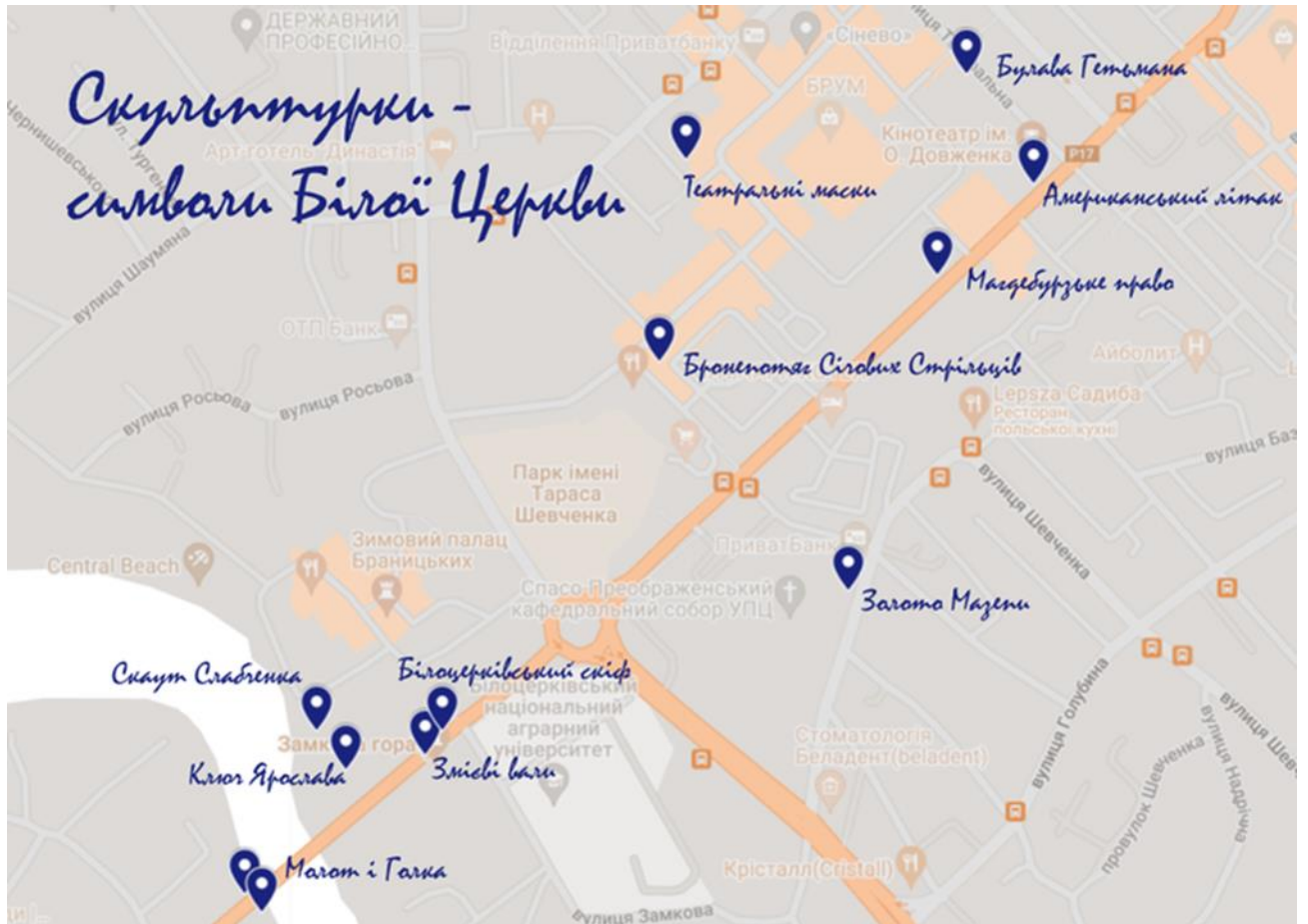
Пам'ятник та художня інсталяція, присвячені Шолом Алейхему на вулиці Леся Курбаса



Краєвиди промислових об'єктів 19-20 століть



Фестиваль повітряних куль-2021



Карта із сторінки у Фейсбучі «Скульптурки - символи міста Біла Церква»

<https://www.facebook.com/skulpturky.bc/>