

КОЛОРИСТИКА ЯК ЧИННИК ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ МІСЬКОГО ПРОСТОРУ

Ірина Гудзеляк, Мирослава Влах

Львівський національний університет імені Івана Франка

Львів, Україна

В українській туризмології чимало уваги науковці надають питанню формування туристичної привабливості території. М. Омущ вважає, що привабливою для туристів є та територія, яка має потенціал для розвитку туризму, сукупність економічних і психологічних характеристик регіональних туристичних комплексів, що відповідають попиту, потребам туристів, вимогам інвесторів і забезпечують досягнення передбачуваного соціально-економічного ефекту [2, с. 7]. Для оцінки туристичної привабливості території потрібно брати до уваги загальний імідж регіону, природно-кліматичні умови для відпочинку та оздоровлення, соціальну стабільність та безпеку, транспортну доступність, економічну інфраструктуру, духовно-релігійний потенціал (паломництво), історико-культурні та освітні функції [2, с. 9].

Психологічні аспекти візуального сприйняття території ані в туризмології, ані в суспільній географії практично не досліджувалися. Канадський психолог К. Еллард, вивчаючи вплив міського довкілля на психіку людей, зробив висновок, що найбільше приваблюють такі кольори і форми, які наявні в природі [3]. Отже, питання створення у місті привабливої колористики як для туристів, так і містян має бути важливим елементом міської політики.

Дослідження колористичної аперцепції міського простору Львова виконано на методологічних засадах і методичних напрацюваннях перцептивної географії – відносно молодій конвергентній науки, сформованій на змістовому перетині соціальної географії і психології. Перцептивно-географічні дослідження міст переважно відбуваються у контексті формування їхніх образів, створення відповідного іміджу і просування бренду. Правильно сформований позитивний образ міста є важливим інноваційним інструментом управління його соціально-економічним розвитком. Урбообраз, враховуючи унікальні, своєрідні особливості, сприяє підвищенню конкурентоспроможності міста через управління його

ресурсами з максимальною ефективністю. Позитивний образ міста впливає на інвестиційні переваги, а також на його соціальну, культурну, політичну сфери. Вважаємо, що при створенні урбообразів важливу роль відіграє колористика. Окрім загальної перцепції, важливою є також перцепція окремих частин міського простору, виявлення їхньої сумісності / несумісності з цілісним образом міста. Дослідники наголошують на особливому значенні вулиць, окремих доміантних точок у створенні образів великих міст.

Зважаючи на те, що Львів – потужний освітньо-науковий центр України, проведене дослідження стосувалося колористичної аперцепції міста студентами львівських закладів вищої освіти [1]. Обраний метод дослідження – анонімне соціологічне анкетування в електронній формі. Анкета містила вісім запитань. Головним було запитання щодо кольоровідчуття окремих частин міського простору. Варто зазначити, що студенти відображали колористику просторових одиниць Львова не буквально, а крізь призму свого попереднього досвіду проживання у місті, тобто відповідно до особистої схеми аперцепції. За загальними результатами анкетування суб'єктивні впливи нівелюються і формується колективне сприйняття, яке ми й пов'язуємо з особливостями певного простору, а колір стає ніби атрибутом дійсності. Перцептивна оцінка стосувалася 20-ти окремих частин міського простору Львова, визначених за головними транспортними артеріями міста, а також усталеними назвами тих частин, що мають локальну ідентичність та можуть означуватись як вернакулярні райони.

Для інтерпретації кольорів використано усталену у психології українців символіку. Зокрема, синій колір відображає спокій, порядок, безпеку, безкінечність, задоволення; зелений – природу, життя, спокій, гармонію, молодість, упевненість; жовтий – легкість, тепло, радість, оптимізм, відкритість; червоний – владу, домінування, силу, любов; фіолетовий – холод, проблемність, таємничість; коричневий – конфліктність; чорний – темряву, депресію, невдоволення, страх; сірий – невиразність, скромність, повсякденність, старість, консерватизм, нерозкритість.

Проведене дослідження виявило переважання сприйняття студентами міського простору через “позитивні” кольори теплої гами. Найчастіше трапляються жовтий колір та поєднання з жовтим.

Чіткі колористичні асоціації та позитивну оцінку мають Центр,

Майорівка, Новий Львів, райони вулиць Шевченка, Чорновола – Мазепи, Зелена, Знесіння, Стрийська. Це легко ідентифіковані частини Львова з головними транспортними артеріями, міжміськими автостанціями, місцями проживання студентів або парками. Помітно, що зелений і жовтий кольори студенти сприймають буквально, як зелену зону й жовту забудову відповідно. Привабливість Центру зумовлена насамперед концентрацією тут освітніх закладів, соціально-культурних об'єктів. Це опосередковано підтверджує також недостатній розвиток і транспортну недоступність (ізолюваність) периферійних районів. Водночас домінування жовтих відтінків в аперцепції Центру засвідчує одноманітність колористики фасадів будинків, що є негативним для туристичної привабливості і зовсім не відповідає гамі кольорів, якими Львів презентує себе у формі логотипу. Адже логотип Львова з різнокольоровими дзвіницями, храмами і вежею Ратуші формує зовсім інше уявлення про місто.

У контексті колористично-перцептивної характеристики підтверджено проблемність промислових і транспортно-промислових районів (Левандівка, Привокзальна, Городоцька, Підзамче, Б. Хмельницького) з домінуванням у їхньому сприйнятті сірого та чорного кольорів та переважно негативною оцінкою. Вулиця Кульпарківська також оцінюється студентами негативно, попри нову гармонійну забудову, благоустрій і наявність прямого тролейбусного сполучення з Центром: на її сприйняття впливає розташування там психіатричної лікарні. Це райони, які потребують перегляду політики забудови і облаштування простору для посилення їхньої привабливості для туристів.

Нечіткий розподіл кольорів за позитивної оцінки отримали малознані студентам периферійні райони з новою забудовою, аеропортом, новими офісними центрами – Люблінська – Виговського (червоний, жовтий, сірий кольори) і Наукова – Княгині Ольги (червоний, синій, жовтий кольори). Найбільший за людністю мікрорайон Сихів (жовтий, червоний, зелений кольори), який останніми роками формується як новий привабливий багатофункціональний внутрішньоміський вузол, важко піддається ідентифікації. Не змогли студенти визначитися з оцінним ставленням до елітного району Чупринки – Коновальця (червоний, жовтий, сірий кольори) з малоповерховою змішаного садибного і багатоквартирного типу забудовою у середмісті, де відсутні привабливі для молоді

торговельні та розважальні заклади. Однак, маючи на меті розвивати сентиментальний туризм, ці райони могли би бути привабливими для колишніх львів'ян та їхніх нащадків.

Двояку оцінку отримав периферійний і найгірше транспортно пов'язаний із центром міста район Рясне (червоний, жовтий, зелений кольори), який раніше виконував промислові функції, мав компакту багатопверхову забудову для працівників розташованих тут підприємств. Тепер тут провадиться активне житлове будівництво найдешевших у Львові квартир, однак соціальна інфраструктура практично не удосконалюється.

Апробована методика суб'єктивного колористичного оцінювання міського простору Львова може використовуватись як додаткова для дослідження туристичної атракційності, при кількісному аналізі якості туристичної інфраструктури, для визначення тих міських просторів, які потребують особливої цілеспрямованої стратегії, конкретних планувальних та управлінських рішень для функціональної трансформації згідно з парадигмою його розвитку як туристичного центру.

Список використаних джерел:

1. *Влах М., Гудзеляк І.* Перцепційний підхід у суспільно-географічних дослідженнях міського простору (на матеріалах Львова). Економічна та соціальна географія. 2019. Вип. 82. С. 50–56.
2. *Омуш М.О.* Стратегія диверсифікованого розвитку туристського комплексу в регіональній економіці (на прикладі Йорданії): автореф. дис. канд. екон. наук. : 08.10.01. Харків, 2003. 19 с.
3. *Ellard C.* Places of the Heart: The Psychogeography of Everyday Life. Bellevue Literary Press, 2015.