

## ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ ТА ЗБЕРЕЖЕННЯ ПРИРОДНОГО СЕРЕДОВИЩА

© Павлів А.П., 2005

Розглянуто питання поєднання сучасної рекреаційної архітектури з природним середовищем. Формування предметно-просторового середовища туризму неможливо виключно досягненнями сучасної будівельної технології та матеріалів. Туризм сьогодні – це швидка зміна приїздів, від’їздів і вибору нової мети подорожі. Темпи збільшення автотранспорту сприяють значному притоку автотуристів у курортно-рекреаційні регіони України. Розв’язання проблеми формування середовища автотуризму можливе засобами дизайну, тобто проектними методами.

**Ключові слова:** туристична інфраструктура, природне середовище, рекреаційна архітектура, предметно-просторове середовище, курортно-рекреаційний регіон, автотуризм, дизайн-програми, туристичне планування, регіональне планування, “поміркований” туризм, моторизація суспільства, проектні методи.

**Постановка проблеми.** Проблеми формування туристичної інфраструктури, поєднання сучасної рекреаційної архітектури з природним середовищем та його збереження.

**Мета статті.** Метою досліджень є пристосування старих, історично сформованих цінних культурних ландшафтів до нових форм користування, органічне поєднання сучасної рекреаційної архітектури з первозданим природним середовищем. Зупинити руйнування головного об’єкта туризму – історико-культурної спадщини та природного ландшафту. Розуміння особливостей рекреаційного середовища, його відмінностей. Тобто споруди та їхні комплекси не повинні орієнтуватися на естетику раціоналізму, а звертатися до емоційних струн людської душі та бути затишними. Архітектурно-предметне середовище покликане справляти враження справжнього, народного та органічного. Доцільність автотуризму для освоєння нових рекреаційних територій. Розв’язання проблеми формування середовища автотуризму можливе засобами дизайну, тобто проектними методами. Розроблення дизайн-програм.

**Основна частина.** Пристосування старих, історично сформованих цінних культурних ландшафтів до нових форм користування завжди відбувалося досить драматично. Органічне поєднання сучасної рекреаційної архітектури з первозданим природним середовищем – складна задача. І Тому втеча з ворожої для людини бетонної пустелі великого міста нерідко закінчується на таких же незатишних забетонуваних курортах.

Тисячоліттями людина формує образ середовища свого перебування. Цей процес перманентний: він виявляє часту зміну мети і засобів, зокрема і в галузі предметного облаштування навколишнього архітектурного середовища. Впевненість, з якою в попередні часи поєднували старе і нове, розташовуючи поряд споруди різноманітних стилів, ґрунтувалася на контрасті, гармонії, з усвідомленням краси місцевості та ландшафту і передавалася з покоління до покоління. Сьогоднішнє життя отримує інший спосіб мислення, що опирається виключно на економічні критерії.

Французький експерт з організації простору Р. Баретж недавно зробив спробу оцінити розміри рекреаційних територій, “що споживаються” населенням країн Євросоюзу. За його даними, одній людині, що проводить вільний час в околицях великого міста, для повноцінного відпочинку необхідно від 100 до 300 м<sup>2</sup> території. Один турист у сфері довготривалого відпочинку “споживає”

уже 750 м<sup>2</sup>. Щоб створити нормальні умови проживання для одного відвідувача в готелі, необхідно освоїти в середньому 30 м<sup>2</sup>, а в кемпінгу – 50 м<sup>2</sup>.

Але як зберегти від руйнування головний об'єкт туристичного інтересу – історико-культурну спадщину та природний ландшафт і водночас задовольнити все зростаючий попит на них? Необхідно зазначити, що головною привабливістю туризму є не готелі, канатні дороги, витяги і басейни. В центрі уваги, як і раніше, знаходяться естетичні властивості ландшафту: його самобутність, краса, здатність впливати на почуття та емоції людей грають вирішальну роль. Значення інженерних споруд часто переоцінюють. Вони є тільки засобом для того, щоб вигідніше і повніше можна було користуватися природою і ландшафтом.

Загалом, формуючи предметно-просторове середовище туризму, неможливо опиратися виключно на досягнення сучасної будівельної технології та матеріалів. Тут більш доречні обережність і врівноважений погляд на речі. Середовище туризму не допускає будь-яких експериментів з ландшафтом. Подальше розширення туристичних потужностей можливе лише там, де обов'язковим є регіональне планування і де будь-які проекти входять до загальних планів економічного розвитку. Такий підхід означає зміну проектної думки на концептуальну. Необхідно спочатку запланувати і тільки потім освоювати, і при цьому не допускати можливості виправлення грубих помилок. Якщо виходити з інтересів і споживацьких потреб суспільства, неможливо уникнути чи обмежити свободу власності, котру тільки що отримали. Але вимога обмеження права власності заради збереження свободи користування загальнодоступними рекреаційними благами має виконуватися.



*Рис. 2. Приклад коректно сформованого ландшафту*

Туристичне планування слід проводити хоча б у межах регіону, що є єдиним цілим. Бажано, звичайно, мати трансрегіональні, загальнонаціональні і навіть міждержавні концепції і плани використання території, адже рекреаційне планування неможливо розбивати на частини і обмежувати окремими населеними пунктами, маршрутами чи спорудами.

Сприяння туризму нерідко подається як єдиний спосіб переборення економічної відсталості нашого регіону. Поряд з цим не слід забувати сучасних тенденцій, що набули широкого розвитку в економічно розвинутих країнах – перш за все так званий “поміркований” туризм, тобто такий, що враховує інтереси навколишнього середовища і місцевого населення і, зрозуміло, потребу самих туристів, котрі є не просто джерелом надходження валюти.

Було б прекрасно, якщо б спочатку був проект, а потім освоєння, якщо б туризм в регіоні планували, а економічний розвиток орієнтували на використання місцевих трудових ресурсів. Але усі ці вимоги можна виконати лише тоді, коли повністю стануть іншими і загальновідомі обмежувальні умови. Для цього необхідні зусилля, зокрема і в політичній сфері.

На відпочинку живуть інакше, ніж у місті. Однак цей постулат передбачає не тільки спортивні заняття чи солодку бездіяльність. Він має означати більше – справжню зміну оточення. І саме формуванням середовища засобами дизайну можливо змінити міську одноманітність



*Рис. 1. Палацовий комплекс у передмісті Граца (Австрія)*

виразними деталями і формами, що притаманні натуральному середовищу. Людина повинна відчувати, що знаходиться в іншому культурному оточенні. Розтиражовані в цілому світі типові курортно-відпочинкові „силосні башти”, зрозуміло, можуть приносити прибуток підприємцям. Але для сімей з дітьми вони не підходять, і взагалі більшість люде здатні терпіти їх лише короткий час.

Чим саме рекреаційне середовище повинно відрізнятися від повсякденного? По-перше, споруди та їхні комплекси не повинні орієнтуватися на естетику раціоналізму, а звертатися до



*Рис. 3. Зразок “ощадливої архітектури” в рекреаційній місцевості (Австрія)*

емоційних струн людської душі та бути затишними. Архітектурно-предметне середовище має справляти враження справжнього, народного та органічного.

Воно повинно діяти не заплановано, а як щось, що виникло непередбачено, що нагадує виробу ручної роботи, котрі завжди більшою або меншою мірою залишають можливість для щасливого усвідомлення і маленьких помилок. І нарешті, за рахунок використання справжніх, традиційних і типових для даної місцевості стильових елементів.

На жаль, досі не з’ясувано, якому архітектурному та предметному середовищу надають перевагу туристи. Коли

фірма, що виробляє миючі засоби, випускає новий продукт, спеціальний інститут з вивчення ринкового попиту проводить детальну експертизу. На це виділяють значні кошти, тому що знають – тільки так можна запобігти поганій кон’юнктурі. В туристичному секторі на формування ландшафтів і зміни його силуету витрачаються чималі суми, але в інтересах держави і туристів спочатку варто все зважити і перевірити.

Туризм тісно пов’язаний з поняттям вільного часу. В 1900 р. тривалість трудового тижня найманого службовця становила в середньому 85 годин, а вимоги про регулярні щорічні відпустки ще не висувалися. Сьогодні тривалість трудового тижня дорівнює приблизно 40 годин, а відпустка – в середньому 27 днів в рік. Отже, за 100 років трудова зайнятість однієї людини зменшилась приблизно з 4500 до 2000 годин в рік, тобто на 56 %. Це означає, що в людей утворюється великий резерв додаткового часу, котрим усе більшою мірою оволодіватиме особлива індустрія – індустрія дозвілля. Додамо також, що росте відчуженість працюючих від виконаної ними роботи, байдужість до продукції, котру вони виробляють і, як наслідок, праця буде втрачати свій первинний зміст і творче наповнення. Подібні трансформації повинні компенсуватися часом, виділеним для відпочинку. Необхідно також взяти до уваги, що за останні 2–3 роки помітно збільшилися сімейні бюджети, а це, в свою чергу, привело до збільшення відпускних та інших грошових витрат на потреби дозвілля, що підтвердили туроператори на останній виставці “ТУРЕКСПО-2003” на початку жовтня в Києві. Збільшений резерв вільного часу, зростаючі прибутки разом з безупинною моторизацією суспільства, котру не в змозі стримати навіть ріст цін на паливо та збільшення акцизного збору на розмитнення автомобілів спричинили в останні роки вибух туристичної транспортної активності. Легкові автомобілі, безумовно, як жоден інший транспортний засіб, мають великі переваги.

Туризм сьогодні – це швидка зміна приїздів, від’їздів і вибору нової мети подорожі. В ньому, як у дзеркалі, відбивається наше сучасне суспільство. Понад усе ми ставимо можливість швидкого пересування, а чим мобільніша людина, тим більше їй не вистачає часу. І якщо ми хочемо правильно зрозуміти суть цих проблем – туризму та транспорту – то повинні взяти до уваги дефіцит часу. Саме дефіцит, а не сам по собі вільний час людини. Найпроблематичнішим в туризмі є не наявність чи відсутність притулків, мотелів і готелів, а швидкість – наслідок і причина дефіциту часу. Як стверджують психологи, саме дорожній рух став в наш час тією панацеєю, де людина

реалізує свої потреби в гострих відчуттях, котрих їй не вистачає в інших, емоційно обділених сферах життя.

Автомобіль дає водію відчуття сили: відчуття влади над часом і простором, досі незрозумілі; і, як бачимо, авто задовольняє, хоч і поверхнево, дві суперечливі потреби: першу – це пересування, другу – перебування в захищеному середовищі.

Формальна назва “автомобіль”, що перекладається як “саморухоми́й”, абсолютно точно відображає суть справи. Порівняно з кораблями, потягами, літаками, автобусами легкове авто має такі переваги: широкий вибір маршруту пересування, порівняно високий комфорт поїздки, самодостатнє житло (салон автомобіля, намет, караван, трейлер) і, нарешті, психологічний комфорт внаслідок індивідуального використання транспортного засобу.



Рис. 4. Швидкісна автомагістраль в німецьких Альпах



Рис. 5. Типовий притулок для автотуристів (Франція)

В автотуризмі приваблює свобода, якої досягають поєднано з швидкістю пересування. Швидкість дарує ілюзію звільнення, часту зміну відчуттів, різноманітність вражень. Ще одна перевага авто – економія часу разом з можливістю організації комфортабельного, тимчасового житла: адже автотуристичний транспортний засіб – хоча і маленьке, але затишне середовище.

Аналіз існуючого положення, експериментальне проектування та орієнтовний економічний розрахунок свідчать про доцільність автотуризму під час освоєння нових рекреаційних територій.

Темпи збільшення автомобілізації сприяють значному притоку автотуристів в курортно-рекреаційні регіони України.

Потік легкових автомобілів, що виїжджають в місця короткочасного відпочинку з великих і середніх міст в святкові дні, становить в середньому 22 %. Окрім того, частка індивідуальних автомобілів, що прямують в місця короткочасного відпочинку, залежить і від розвитку масового громадського та інших видів транспортних засобів.

Дані обстежень свідчать про те, що в суботу і неділю для поїздки на короткочасний відпочинок одночасно використовується 30–39 % усього міського парку індивідуальних автомашин.

Безумовно, разом із загальним зростанням кількості індивідуальних автомобілів, що використовуються для поїздки на відпочинок, буде зростати кількість транспортних засобів для сімейного автотуризму.

Незважаючи на сприятливі умови для розвитку і удосконалення сімейних автотуристичних поїздки, ця галузь туризму ще не належно розвинута через відсутність відповідного



Рис. 6. Автозаправна станція, ресторан, мотель (Австрія)

комфортного забезпечення мандрівників. Тобто немає в достатній кількості мотелів, паркінгів, центрів автотехобслуговування і, нарешті, повністю відсутнє виробництво трейлерів, автофургонів, кемперів.

Розв'язання проблеми формування середовища автотуризму можливе засобами дизайну, тобто проектними методами моделювання ситуації, розробкою проектної типології, морфології тощо.

Практика показала, що ця проблема не вирішується розробкою разових проектів окремих ситуацій. Сама по собі цінність таких проектів, зрозуміло, не відкидається, але помітно вплинути на естетику середовища такі проекти не можуть. Найбільш ефективними тут є дизайн-програми, що розробляються у взаємодії з різноманітними відомчими цільовими комплексними програмами.

**Висновки.** Дизайн-програма – це метод, що об'єднує в цілісний процес проблематизацію цінностей культури, формування проектно-художньої концепції складного системного об'єкта і розробку організаційної програми, що забезпечить реалізацію цієї концепції, зокрема проектування і впровадження об'єкта.

Очевидно, що на рівні керівництва Львова розроблені певні програми і системи заходів щодо благоустрою і модернізації туристичного середовища. Якщо врахувати роль і місце дизайну в формуванні функціонального комфорту в існуючому середовищі, в створенні високоякісного і конкурентоспроможного обладнання, забезпеченні органічного зв'язку сучасного природного середовища з потребами і попитом кожної людини, то можна вважати актуальними і гостро необхідними розроблення і реалізацію дизайн-програми “туризм сьогодні”.

Сподіваємося, що викладене може стати обґрунтуванням для визнання актуальності формування сучасного європейського середовища, в якому органічно переплелися минуле і сучасне. Завдяки неповторному архітектурно-ландшафтному ансамблю, численним пам'яткам та чарівній атмосфері Львів може стати важливим туристичним осередком міжнародного рівня. Надіємося на перспективу ефективної співпраці міської та обласної влади, містобудівників, архітекторів і дизайнерів для вирішення всього комплексу масштабних задач формування сучасного туристичного середовища Львівщини.

*1. Автозаправна станція: Методичні вказівки до розробки курсового проекту “Об'єкт автосервісу на дорогах” для студентів напрямку “Архітектура” / Укл. А.П. Павлів, Ю.Я. Сабан, Н.С. Соснова. – Львів, 1999. – 26 с. 2. Чобіт Д. Підгірці: історико-архітектурна перлина України. – Броди: Просвіта, 1998. – 64 с. 3. Туризм та курорти: інвестиційні пропозиції Львівщини. Управління курортів та туризму Львівської обласної Державної адміністрації, Львівського державного центру науково-технічної і економічної інформації та ТзОВ “ЕОН”: Каталог / Кер. проекту А.В. Клімашевський. – Львів. – 120 с. 4. Лобанов Ю.Н. Отдых и архитектура. Будущее и настоящее. – Л.: Стройиздат, 1982. – 200 с. 5. Люкшандерль Л. Спасите Альпы. Сад на крыше Европы в опасности / Сокр. пер. с нем. Е.М. Гончаровой. – М.: Изд-во “Прогресс”, 1987. – 167 с. 6. Олеский замок: Путівник. – Львів: Вид-во “Каменярь”, 1981. 7. Павлів А.П. Принципы художественно-конструкторского моделирования транспортных средств для семейного авто-туризма: Дис. ...канд. искусствoved. – М., 1993. – 195 с. – Машинопись. 8. Павлів А.П. Развитие семейного автотуризма в контексте освоения новых туристично-рекреаційних територій // Тез. міжнар. конф., присвяченої 80-літтю кафедри “Містобудування”. – Львів, 1994. 9. Туристичний проспект “Золота підкова”. Подорож Львівщиною. – Львів: Вид-во “Центр Європи”, 2002.*