

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА

ФІЛОЛОГІЧНИЙ ФАКУЛЬТЕТ
КАФЕДРА ЖУРНАЛІСТИКИ

**АРХІТЕКТУРА ЛЬВІВЩИНИ ЯК ЕЛЕМЕНТ ТУРИСТИЧНОЇ
ПРИВАБЛИВОСТІ В СУЧАСНИХ УКРАЇНСЬКИХ
МЕДІАМАТЕРІАЛАХ**

Кваліфікаційна робота
студентки 2 курсу, групи ЛЗМЖ-21,
другого (магістерського) рівня
вищої освіти,
спеціальності 061 «Журналістика»
Згонник Карини Сергіївни

Науковий керівник:
Копилова Лариса Анатоліївна,
кандидат наук із соціальних
комунікацій, доцент

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1	
ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО	
ПОТЕНЦІАЛУ	
	5
1.1. Поняття про туристичний потенціал	5
1.2. Характеристика туристичної привабливості Львівщини	9
Висновок до розділу 1	19
РОЗДІЛ 2	
АНАЛІЗ МЕДІАМАТЕРІАЛІВ, ПРИСВЯЧЕНИХ АРХІТЕКТУРІ	
ЛЬВІВЩИНИ	
	20
2.1. Архітектура Львівщини	20
2.2. Архітектура Львівщини в сучасних медіа матеріалах	24
2.2.1. Туристична платформа LVIV.Travel	26
2.2.2. Портал Львівської міської ради	31
2.2.3. Ukraïner	37
2.2.4. Відеоблог «CHAPLINSKY VLOG»	40
Висновок до розділу 2	43
РОЗДІЛ 3	
МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ЛЬВОВІ	
	45
3.1. Можливості розвитку туристичної діяльності у місті Львів	45
3.2. Пропозиції щодо популяризації архітектури міста Львів	46
Висновок до розділу 3	49
ВИСНОВОК	50
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	52

ВСТУП

Туризм й медіа досить тісно пов'язані. Саме через сайти, газети, журнали, блоги й телепередачі туристичні компанії комунікують з громадянами. Засоби масової інформації різноманітної спрямованості розміщують матеріали про туристичні заходи, подають рейтинги кращих й гірших туристичних компаній, отримують прибуток за рахунок реклами туристичних організацій та турфірм.

Однією зі складових національної економіки та одним із основних пріоритетів соціально-економічного розвитку є рекреаційно-туристичний комплекс, який має в Україні унікальні потенційні можливості для свого динамічного розвитку. Як показує світовий досвід, туристична сфера постійно вдосконалюється, стрімко розширюється, є високоприбутковою та ефективною.

Місто Львів є одним із лідерів в Україні в галузі культури і туризму. Якщо архітектурне багатство міста формувалося століттями і практично не порушилось руйнуваннями двох світових воєн, то як туристичний центр місто почало активно розвиватися тільки із середини 2000-х років – саме тоді нова міська влада задекларувала туризм одним із двох головних стратегічних пріоритетів.

Львівська область входить до п'ятірки найбільш привабливих та популярних туристично-рекреаційних регіонів України. З огляду на складне історичне минуле та багатовікове співіснування багатьох народів і релігій область володіє значним культурним та туристичним потенціалом. На території Львівської області зосереджено 25% всієї історико-архітектурної спадщини України – близько 4000 пам'яток. Культурний потенціал області формується за рахунок архітектурно-історичних пам'яток національного та місцевого значення, зокрема 794 архітектурні та містобудівні пам'ятки національного значення, 2637 пам'яток місцевого значення та 834 пам'ятки археології, 14 з яких мають статус національних.

Актуальність роботи полягає у дослідженні популярності туризму у Львові та області через сучасні українські медіа матеріали.

Мета дослідження полягає у виявленні туристичної привабливості архітектури Львівщини у сучасних українських медіаматеріалах.

Завдання:

- 1) ознайомити з сучасними медіа матеріалами, в яких є інформація про туризм на Львівщині;
- 2) схарактеризувати поняття про туристичний потенціал, його складові елементи;
- 3) охарактеризувати туристичну інфраструктуру міста Львів;
- 4) розглянути різні видання щодо висвітлення тематики архітектури Львівщини;
- 5) виявити специфіку медіаматеріалів про архітектуру Львівщини;
- 6) спрогнозувати можливості розвитку туристичної діяльності у місті Львові;
- 7) надати пропозиції щодо популяризації архітектури Львівщини.

Об'єктом дослідження є сучасні медіаматеріали, у яких розглядається архітектура Львівщини як компонент туристичної привабливості.

Предметом дослідження є архітектура міста як елемент туристичної привабливості Львівщини.

Методи дослідження. У роботі використані методи аналізу та спостереження, за допомогою яких можна з'ясувати цільову аудиторію сучасних українських медіа на туристичну тематику та визначити перспективи розвитку туристичного потенціалу на Львівщині.

Структура курсової роботи. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків та списку використаних джерел.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

1.1. Поняття про туристичний потенціал

Туризм є однією з галузей, яка задовольняє духовні потреби людини, її бажання пізнавати світ, розвивати себе та отримувати цікаві й незвичні емоції від життя. Розвиток туристичної сфери та підвищення реалізації туристичного потенціалу – невід’ємна частина економічного зростання та розвитку всіх розвинених країн світу, в тому числі європейських. Сьогодні туризм створює умови для розвитку підприємництва, слугує каталізатором інновацій, допомагає забезпечувати доходи багатьом громадянам, сприяє створенню робочих місць, розвитку економіки в цілому, покращенню іміджу держави. «Зростання прибутків та надходжень від іноземних туристів продовжує випереджати світову економіку, експорт туристичних послуг зростає швидше, ніж товарний експорт» [3].

Туристична галузь є однією з найприбутковіших та найперспективніших у розрізі економіки сучасного світу. «Успішність туристичної сфери на території певної країни безпосередньо залежить від міри реалізації її туристичного потенціалу, оскільки туристичний потенціал є базовим фактором формування та розвитку туристичної діяльності держави. Окрім того, туристичний потенціал може відігравати важливу роль одного з чинників консолідації суспільства» [8].

Туристичним потенціалом території є багатоаспектний термін, який охоплює сукупність етнокультурних, природних й соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської та комунікаційної інфраструктури певної території, які служать або можуть служити передумовами розвитку деяких видів туристичної діяльності. «Він формується із трьох елементів: інфраструктура, ресурси, імідж» [8].

За допомогою туристичного потенціалу можна сформувати сукупність

конкурентних переваг тієї чи іншої території (країни, регіону чи окремого населеного пункту), що завдяки ефективним і чітким рішенням та механізмам державного управління має здатність обслуговувати цільові туристичні ринки, відповідаючи попиту на туристичні послуги та туристичній пропозиції як основним важелям світового та національного туристичних ринків.

На сьогодні день туристична діяльність включає в себе безліч організацій та підприємств зі сфери обслуговування й інших установ, що забезпечують задоволення попиту туристів і мандрівників на туристичні послуги та товари. Ці організації працюють в умовах жорсткої конкуренції, при цьому, розширюючи міжнародний ринок туристичної й національної діяльності. Туристична діяльність з одного боку є економічною діяльністю, а із іншого – встановлюється попитом населення на туристичні послуги. Також дана галузь належить до послуг, які формуються із метою задоволення споживчого попиту [2].

«Вплив туристичної діяльності на світ важко переоцінити, передусім через те, що саме туристична галузь робить значний внесок в установлення гарних відносин між державами, зміцнення контактів та покращення порозуміння між народами» [2]. Також туристична діяльність виступає одним із головних чинників зміцнення авторитету країни на міжнародній арені, формування іміджу й ідентичності цієї країни. Туризм значною мірою впливає на суспільство, формуючи національну гідність, вдосконалюючи суспільство і особистість, стимулюючи розвиток міжнародної та національної торгівлі, розвиток і відродження традицій і культурної спадщини, розвиває гуманітарні сфери, міжнародне співробітництво, залучаючи інвестиції та розвиваючи туристичну інфраструктуру [2].

Для України формування туристичного потенціалу є одним із ключових питань державного управління щодо забезпечення сприятливих умов для національного розвитку на державному, регіональному та місцевому рівнях, згідно зі стратегічними напрямками розвитку внутрішнього туризму.

Україна є багатою як на природні туристичні ресурси, так і на історичні та культурні, посідає одне із провідних місць у Європі за рівнем забезпеченості ними. Зокрема, значною привабливістю відзначаються краєвиди, чисте повітря та лижні траси Карпат, популярні пляжні курорти, бальнеологічні санаторії на узбережжі Чорного та Азовського морів, стародавні замки, живописна сільська місцевість, різноманітність ландшафтів. В Україні є багато цікавих місць з великою кількістю туристичних заходів. Проте якими б унікальними не були природно-рекреаційні та історико-культурні ресурси, без належної інфраструктури очікувати на підвищення ефективності їх використання не варто. «Туристична привабливість значною мірою залежить від організаційно-економічних чинників, а саме:

- сучасної транспортної інфраструктури;
- місць розміщення та обслуговування туристів;
- достатньої кількості та асортименту турів;
- компетентного персоналу в галузі управління туризмом та обслуговування туристів» [5].

Такий чинник як рівень розвитку інфраструктури в Україні дуже відстає, адже щоб розвивати транспорт, екскурсійне обслуговування та іншу туристичну базу країни, потрібно мати високий рівень розвитку самої галузі, яка приносить певний дохід державі.

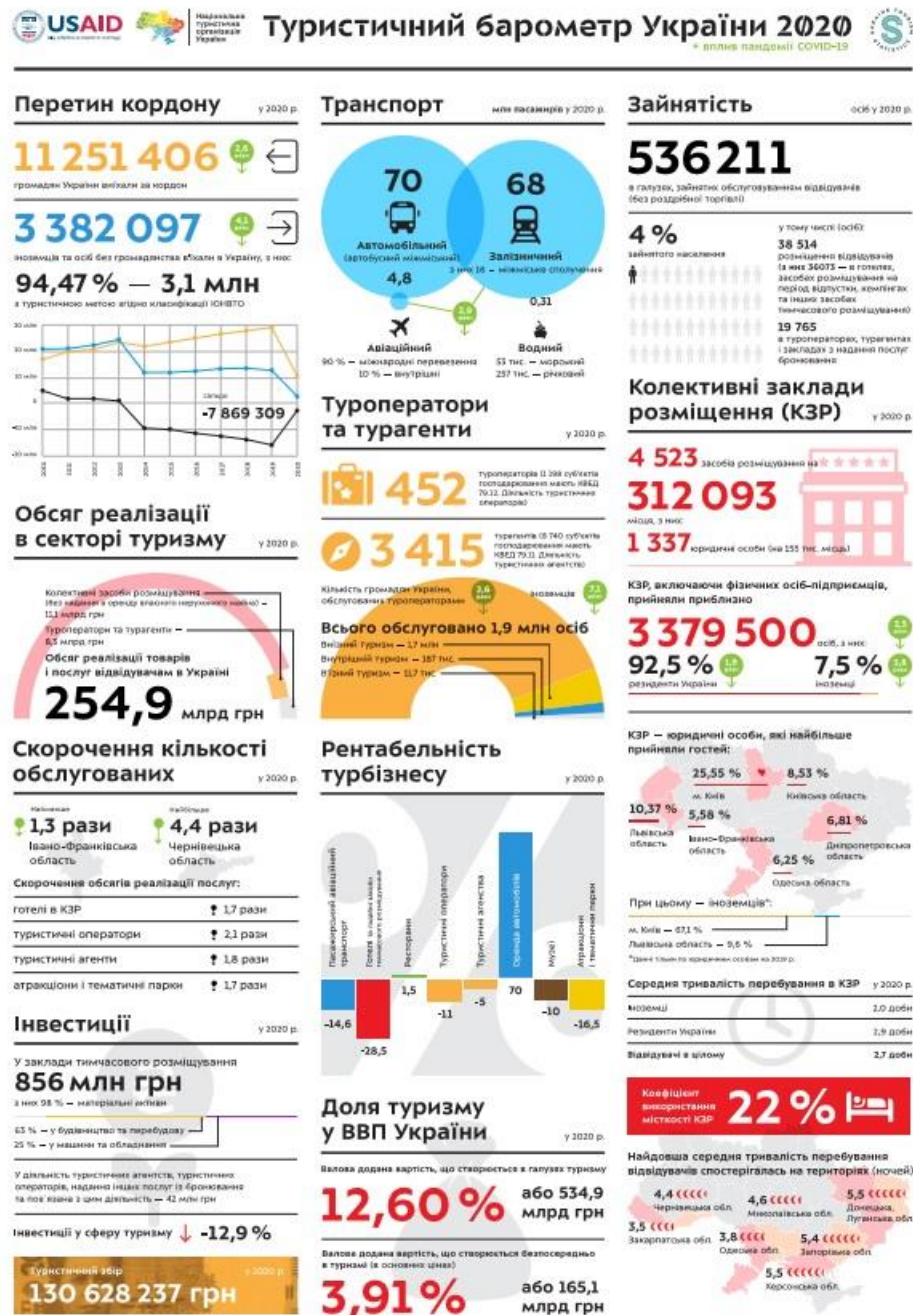
«Туристичну привабливість країни визначають наявні туристичні ресурси (природно-рекреаційні, історико-культурні), за допомогою яких можна виробити:

- конкурентоспроможний туристичний продукт;
- рівень розвитку інфраструктури;
- загальний імідж країни;
- маркетингові заходи щодо популяризації турпродукту;
- соціально-психологічні фактори тощо» [3].

Вдале географічне розташування, сприятливий клімат, унікальний

природно-рекреаційний та історико-культурний потенціал України формують всі передумови для залучення іноземних туристів. В Україні туристична діяльність представлена галуззю використання ринкових механізмів.

Візьмемо за приклад статистичні дані Національної туристичної організації України за 2020 рік [18]:



Туристична діяльність України є одним із значних джерел поповнення державного і місцевих бюджетів, є способом для населення повноцінного й

загальнодоступного оздоровлення та відпочинку.

Зараз наша країна займає пристойне місце серед європейських країн за кількістю туристів, а от за доходами від міжнародного туризму значно їм поступається. «Підвищення привабливості України на європейському ринку туристичних послуг потребує формування стратегічної концепції управління розвитком туристичної привабливості на державному рівні. При цьому важливо використовувати інноваційні підходи до просування національного туристичного продукту» [3].

Із дослідження туристичного потенціалу територій розпочинається майже кожна наукова праця, присвячена чи то проблемам розвитку туризму, чи то популярністю туризму у певному регіоні. Оцінка рівня рекреаційного потенціалу регіонів та їх забезпеченості рекреаційними ресурсами є проблемою, що чи не найбільш часто піднімається у наукових виданнях з географії, економіки, медицини, екології, також є часто досліджуваною у журналістиці та медіа. А отже, це свідчить про актуальність даної теми.

1.2. Характеристика туристичної привабливості Львівщини

Місто Львів є одним із лідерів в Україні в галузі культури і туризму. Якщо архітектурне багатство міста формувалося століттями і практично не порушилось руйнуваннями двох світових воєн, то як туристичний центр місто почало активно розвиватися тільки із середини 2000-их років – саме тоді нова міська влада задекларувала туризм одним із двох головних стратегічних пріоритетів (іншим стали інформаційні технології). «Незважаючи на неоднозначну реакцію на таку модель розвитку багатьма ключовими гравцями і самими містянами та часті звинувачення в корупції, міській владі вдалося провести значну трансформацію міста, перетворивши Львів, як констатували самі представники міської влади «з міста для львів'ян на місто для туристів» [7]. Знаковою подією для міста стало проведення частини матчів футбольного чемпіонату «Євро2012».

Для Львова це означало значні вливання з державного бюджету на

ремонт доріг, побудову нового стадіону, перебудову аеропорту і, в підсумку, – приємне «відкриття» міста для багатьох іноземців, які прибули на чемпіонат. Хоча власне «Євро-2012» направив у Львів потужний «спортивний» туристичний потік, міська влада завжди позиціонувала місто як центр культурного і подієвого туризму, намагаючись привабити туриста багатою мультикультурною спадщиною.

Упродовж останніх двох десятиріч саме туристична індустрія стала одним із визначальних факторів економічного розвитку Львівщини. У значній мірі успішність розвитку цієї галузі зумовлена значним культурно-мистецьким потенціалом території – великою кількістю пам'яток архітектури, багатокультурною історичною спадщиною, значною кількістю закладів культури, музеїв, а також інвестиціями у нові формати, що динамічно розвиваються, зокрема культурно-креативні індустрії та підприємництво. «Ця тенденція була посилена вибухом конфлікту на Сході України та анексією Криму (значного туристичного регіону), що призвело до переорієнтації туристичних потоків на інші регіони України» [7].

Загалом наплив туристів до Львова відігравав і відіграє далі доволі позитивну роль, створюючи нові робочі місця та активізуючи місцеве підприємництво, примножуючи тим самим багатство міста; збільшує кошти, які місцева влада направляє на збереження та реставрацію культурних пам'яток та інвестиції в культурно-мистецьку сферу, наприклад, будівництво школи мистецтв чи організацію міських фестивалів.

Постійно зростаюча кількість туристів та економічна вигода, яку вони приносили місту, і дозволила говорити про «феномен Львова». «Так, в кінці 2018 року мер міста серед ключових досягнень міської влади називав вражаючі фінансові вигоди від туризму – протягом року Львів відвідало близько 2,9 млн. туристів, що внесли у місцеву економіку близько 616 млн. доларів США» [7].

Далі «Львів увійшов до рейтингу 100 найпопулярніших туристичних міст у світі за версією британської аналітичної компанії «Euromonitor». Про

цю подію добре описується у статті платформи «ГОРДОН» [17].

Для підтримки привабливого для туристів іміджу культурного центру міська влада постійно шукає формального підтвердження такого статусу. Так 2009 року Львову було присвоєно статус «культурної столиці України», місто також націлилось на отримання статусу Європейської столиці культури 2025 року.

Образ високої «культурності» міста став частиною міського бренду, що активно використовується міською владою для просування міста на швидкозростаючому міжнародному ринку культурного туризму. «У сфері приваблення іноземних туристів було досягнуто значних успіхів і згідно даних міського управління туризму їх частка зростає до близько 64% 2019 року» [7].

Окрім активної промоції, такий успіх пояснюється історично зумовленим різноманіттям національних культур міста – української, польської, єврейської, австрійської, які, незважаючи на їх дискретний вплив на місто, залишили по собі значний культурний спадок, що продовжує приваблювати сюди туристів із цих країн. Таких туристів мало цікавить реальний сучасний Львів із його мешканцями, а приїжджають вони, в основному, по «свою» культуру, або, шукаючи тут ностальгічний образ довоєнного Львова, коли місцеве мультикультурне середовище було здатне витворювати та підтримувати локальну наднаціональну ідентичність. Проте, ті часи залишаються образом втраченого «золотого віку» і на сьогоднішній день активно формуються нові історично-несправедливі міфи про «споконвічно українське, греко-католицьке, консервативне» місто. У значній мірі така ситуація зумовлена відірваністю більшості місцевого населення від культурно-історичної спадщини міста – даються взнаки значні зміни популяції у часи Другої світової війни та повоєнних років. «Впродовж дуже короткого історичного періоду в етнічному складі населення Львова відбулися кардинальні зміни. Поляки та євреї, найбільші етнічні групи у Львові першої половини ХХ ст., у другій його половині втратили суспільну

важливість. Поляки – після масштабної «репатріації польського населення» радянською владою, євреї – з причини фізичного знищення гітлерівцями. За результатами перепису 1959 року найбільшою етнічною групою у складі населення міста були українці 60,2 %. Росіян, яких до вересня 1939 року у Львові було всього декілька сотень осіб, налічувалося 27,1 %, євреїв – 6,3 %, поляків – 3,9 %. Питома вага корінних львів'ян у складі населення Львова не перевищувала 10%. Процес урбанізації та приплив переселенців зі Східної України та Криму продовжують цей тренд і до сьогоднішнього дня» [7].

Сучасний львів'янин – це переважно мешканець міста лише в 1-3 генерації, і цього часу недостатньо для повноцінного «закорінення» у місті і, відповідно, більшість львів'ян у якійсь мірі самі є туристами у власному місті. При такому активному зовнішньому культурному натиску, Львів дещо втратив давню потугу абсорбувати новоприбулих, прививаючи їм місцеві цінності та формуючи сильну локальну ідентичність.

Головним аспектом розвитку туристичної діяльності на території Львівської області є її вигідне географічне положення та наявний природно-ресурсний потенціал.

Добре географічне положення Львівщини обумовлене тим, що на території цієї області проходять міжнародні комунікації, які поєднують нашу країну із Польщею, Угорщиною, Словаччиною та Румунією. В межах Малого Полісся, Волинської височини й Подільської височини, яка відокремлена долиною річки Дністер від Передкарпаття, лежить північна частина території Львівщини. Хребти українських Карпат розміщені у західній частині території Львівщини.

У лісостеповій зоні розміщена північна частина території Львівщини. Львівській області властиві сприятливі умови для формування і функціонування сільського господарства і рекреації та відпочинку. До того ж у Львівській області мандрівників та відпочиваючих приваблює дуже вдале поєднання ділової активності і місцевого колориту.

На Львівщині досить сильно розвинена мережа найрізноманітніших

видів туристичної активності завдяки поєднанню на її території історико-культурної спадщини, мистецтва, лікувально-оздоровчих ресурсів, водних та ландшафтних ресурсів, самобутніх традицій та звичаїв, що розвинуті на території із вигідним географічним положенням.

«Утворення високоякісного рекреаційного і туристичного продукту й створення конкурентоспроможної на міжнародному ринку та внутрішньому ринку сфери надання рекреаційних та туристичних послуг – є головним завданням дослідження та вивчення індустрії туризму на території Львівщини» [2].

Відповідно до вище наведеного, необхідним при дослідженні ринку туристичних послуг Львівщини є встановлення поточного стану ринку туристичних послуг Львівщини.

Традиційно Львівська область була й залишається територією на якій перспективи ринку туристичних послуг є одними із найвищих по нашій країні. Історико-культурний й природно-ресурсний потенціал при взаємодії із дуже вигідним географічним положенням, а саме у центрі Європи, й наявний багаторічний досвід та напрацювання в галузі відпочинку та туризму – є дуже вагомою передумовою для створення і розвитку комплексу санаторно-курортного лікування, відпочинку і рекреації, що орієнтовані як на внутрішніх мандрівників, так й на іноземних мандрівників.

«Також необхідно зазначити, що Львівщина у п'ятірці найпопулярніших і найпривабливіших рекреаційних і туристичних областей нашої країни» [2].

У Львівській області наявно більше чотирьох тисяч пам'яток культури й історії, велика частка яких, а саме більше двох тисяч, розміщена у місті Львів, що має статус міста світової культурної спадщини ЮНЕСКО. Також велика частина пам'яток культури та історії розміщена в таких містах як: Бібрці, Жидачеві, Золочеві, Самборі, Дрогобичі, Белзі, Жовкві.

«За умови якщо природно-рекреаційний потенціал нашої країни складає 100%, то природно-рекреаційний потенціал Львівської області 5,4%. Із Карпатського регіону за потенціалом природно-рекреаційних ресурсів

Львівська область поступається тільки Закарпатщині, природно-рекреаційний потенціал якої становить 7%» [5].

Інфраструктура туризму Львівщини включає:

- дванадцять туристично-інформаційних центри;
- більше ста шістдесят двох громадських та державних музеїв і галерей;
- десять туристичних та відпочинкових закладів й театрів;
- сто двадцять чотири санаторно-курортних закладів;
- п'ятсот садиб зеленого туризму;
- двісті п'ятдесят закладів проживання;
- двісті вісімдесят закладів громадського харчування;
- триста двадцять архітектурних пам'яток й найбільш відвідуваних туристичних об'єктів;
- тридцять сім природних комплексів.

На території Львівщини надаються послуги із підготовки фахівців туристичного супроводу, а саме вісім закладів надають ці послуги. На території області розміщено та працюють три консульські установи, також працюють чотирнадцять туристично-громадських організацій. Послуги у сфері туризму надають триста п'ятдесят чотири туристичні організації. На території усєї області обслуговуються туристично-екскурсійні маршрути, їх обслуговують сімсот п'ятдесят гідів-перекладачів й кваліфікованих екскурсоводів.

Організації та підприємства сфери туризму Львівщини 2019 року обслужили сто п'ятдесят чотири тисячі туристів і мандрівників, що у порівнянні із 2010 й 2000 роком є більшим на сорок відсотків й двадцять дев'ять відсотків відповідно. Зростання туристичної галузі області й зростання обсягів туристичної діяльності пройшло, в основному, за рахунок виїзної, тобто зарубіжної туристичної діяльності. Наприклад, обсяг українців, що протягом 2019 року виїхали до інших держав з метою здійснення туристичної діяльності складала понад ста п'яти тисяч осіб, а це на сімдесят три відсотки більше ніж 2018 року.

2019 року було здійснено сорок дві тисячі подорожі до Львівщини мандрівниками громадянами України, для прикладу: 2018 року сорок одна тисяча поїздок до Львівщини. 2019 року Львівську область відвідали п'ятдесят тисяч туристів, а 2018 року вісімдесят тисяч.

Також було встановлено, що Львівську область відвідували туристи із ста держав світу.

Найбільш вигідним видом діяльності туристичних фірм та організацій є виїзна туристична діяльність, ніж в'їзна (іноземна) й внутрішня туристична діяльність.

«За інформацією, що була отримана шляхом моніторингу, який проводиться щоліта кожного року, говориться про те, що у місті Львів кожного дня знаходиться приблизно три тисяч іноземних мандрівників, а у вихідні дні даний показник збільшується до п'яти-шести тисяч, відсоткове співвідношення яких має такий вигляд: 60% мандрівників із Польщі, 20% – з інших сусідніх з Україною країн та ще 20% припадають на ряд країн: Німеччина, США, Латвія, Австрія, Угорщина, Франція, Канада, Великобританія, Данія, Азербайджан та Італія» [4].

Надаючи характеристику туристично-рекреаційній галузі Львівщини необхідно провести дослідження та проаналізувати недоліки та переваги туристичного потенціалу Львівської області методом проведення SWOT-аналізу.

«Проведення SWOT-аналізу надає можливість виявляти слабкі та сильні сторони сфери туризму в будь-якій області, у тому числі й Львівській, також надає можливість надати характеристику можливостям і загрозам туристичної галузі. SWOT-аналіз ефективного розвитку галузі туризму Львівської області» [4] наведений у Таблиці 1.

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Великий потенціал розвитку паломницького чи релігійного туризму завдяки наявності значному обсягу	1. Недостатньо ефективна діяльність відповідних структур відносно забезпечення екологічної

<p>культурних об'єктів різноманітних конфесій та віросповідань.</p> <p>2. Великий обсяг санаторно-курортних закладів.</p> <p>3. Значний обсяг комерційних і суспільних організацій, що можуть сприяти розвитку туристичної діяльності.</p> <p>4. Великий комплекс допоміжних послуг, таких як розважальних закладів, закладів харчування та ін.</p> <p>5. Визначні культурні та історичні пам'ятки (стара історична частина міста Львів, що занесена в світову спадщину ЮНЕСКО).</p> <p>6. Вигідне географічне і транспортне положення.</p> <p>7. Сприятливі кліматичні і природні умови.</p>	<p>безпеки території Львівської області для розвитку рекреаційного туризму.</p> <p>2. Недостатній обсяг туристичної інформації як для мандрівників і гостей Львівщини, так й для організацій та установ, які надають послуги в туристичній галузі (інформації про Львівщину, недосконалість бази даних відносно туристично-рекреаційних об'єктів Львівщини та рекламної продукції).</p> <p>3. Недостатній асортимент й низька якість туристичного продукту.</p> <p>4. Недостатньо сильна взаємодія органів місцевого самоврядування і місцевих органів виконавчої влади й відносно забезпечення розвитку туристичної діяльності та сфери рекреації у Львівській області.</p> <p>5. Недосконалість законодавчої та нормативно-правової бази в галузі туризму.</p> <p>6. Недостатньо ефективне застосування наявних туристично-рекреаційних ресурсів у сільській місцевості як одного із чинників зниження безробіття.</p> <p>7. Відсутність під'їздів до безлічі туристичних об'єктів у області.</p> <p>8. Незадовільний стан доріг на</p>
---	---

	території Львівщини.
Можливості	Загрози
<p>1. Зростаючий інтерес населення України та іноземних громадян до історико-культурної спадщини.</p> <p>2. Можливість росту індустрії туризму, за умови ефективного застосування наявної туристичної інфраструктури і туристичних ресурсів</p> <p>3. Наявність інвестиційних проектів розвитку рекреаційних і відпочинкових зон.</p> <p>4. Освоєння нових напрямків туризму й нового туристичного ринку.</p> <p>5. Покращення екологічної ситуації Львівщини, збереження навколишнього природного середовища області.</p> <p>6. Розвиток різноманітних елементів відпочинкової і рекреаційної інфраструктури.</p>	<p>1. Можливість виникнення криз, політичних конфліктів, природних лих.</p> <p>2. Недосконала екологічна ситуація у регіоні.</p> <p>3. Посилення виїзної туристичної діяльності до сусідніх областей та закордон у зв'язку із нижчим рівнем надаваних послуг на території Львівщини.</p> <p>4. Зменшення платоспроможного попиту громадян України внаслідок зменшення прибутковості головних економічних сфер.</p> <p>5. Занепад й відсутність реставрації архітектурних пам'яток й урбаністичної структури Львівської області.</p> <p>6. Підвищена конкуренція серед туристичних областей нашої країни.</p>

Таблиця 1. SWOT-аналіз ефективного розвитку галузі туризму Львівської області [4]

Проведений SWOT-аналіз Львівської області надав можливість встановити ключові фактори успіху туристичного та рекреаційного потенціалу й наявні недоліки, що негативно впливають на розвиток сфери туризму Львівської області.

Проте встановлені загрози і недоліки розвитку галузі туризму мають бути ліквідовані за допомогою дієвої політики органів місцевого

самоуправління у взаємодії з суб'єктами підприємницької діяльності.

Управлінням розвитку сфери туристичної діяльності й курортів Львівської обласної державної адміністрації було розроблено «Програму розвитку туризму й рекреації в Львівській області на 2011-2013 роки» [27]. «Дана «Програма ...» має стати концептуальною базою довгострокового розвитку туристичної сфери на території Львівщини» [27], як високоефективна сфера економіки, важливий засіб духовного і культурного виховання гостей та мешканців Львівщини.

Головною метою даної «Програми...» є «утворення і функціонування високоефективного санаторного, лікувального, відпочинкового й туристичного комплексу у відповідності до міжнародних вимог» [27], що надавав би можливість задовольняти потреби як іноземних мандрівників, так й українських мандрівників. Утворення й функціонування цієї системи надасть можливість:

- підвищити туристичний потік й економіку;
- знизити безробіття;
- зберегти історико-культурний та природно-ресурсний потенціал;
- зацікавити потенційних інвесторів до утворення туристичної інфраструктури на території Львівщини.

«Стратегічним завданням «Програми ...» є:

- створення та удосконалення матеріально-технічної бази інфраструктури туризму;
- утворення й затвердження туристичного образу Львівської області на українському й світовому ринку туристичної діяльності;
- утворення сприятливих умов з метою ефективного управління сферою туристичної діяльності на Львівщини;
- зростання професійного рівня співробітників сфери туристичної діяльності й обмін досвідом;
- утворення й функціонування безпечних умов для туристів» [27].

Висновок до розділу 1

Розвиток туристичної галузі сьогодні є надзвичайно актуальним, оскільки туризм є одним із важливих чинників виходу економіки України з кризи, стабільного і динамічного збільшення надходжень до бюджету, позитивного впливу на стан справ у багатьох галузях народного господарства, підвищення зайнятості населення, розвитку у ринкових відносинах.

Туристичний потенціал території – ємне, багатоаспектне поняття, що охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що служать чи можуть служити передумовами розвитку певних видів туризму.

Перспективний розвиток сфери туристичної діяльності Львівщини залежить від ряду суб'єктивних та об'єктивних аспектів, як показує, проведений SWOT-аналіз Львівської області, що надав можливість встановити ключові фактори успіху туристичного та рекреаційного потенціалу й наявні недоліки, що негативно впливають на розвиток сфери туризму Львівщини.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІЗ МЕДІАМАТЕРІАЛІВ, ПРИСВЯЧЕНИХ АРХІТЕКТУРИ ЛЬВІВЩИНИ

2.1. Архітектура Львівщини

Архітектура Львова формується вже не одне століття змінюючи форми, розміри, кольори та призначення. Вона дає унікальну можливість сучасності подивитись на минуле, доторкнутись до нього та зрозуміти більше.

«Львів, як адміністративна одиниця заснований у часи правління Данила Романовича, названий на честь його сина – князя Лева. Перша згадка про місто датується 1256 роком, хоча на території тогочасного міста вже були первісні поселення ще з найдавніших часів (I тисячоліття до н.е.), які жили при березі річки Полтави» [1].

Проте історію містобудування пов'язують саме з першими князями Данилом Романовичем та князем Левом, які почали активну розбудову міста та його укріплення для захисту від татаро-монгольської навали. З періодом їхнього правління пов'язують перші витoki архітектурних стилів у місті, про які ми знаємо, на жаль, з нечисленних збережених актів, так як писемні джерела княжого періоду, які охоплювали перші сто років розвитку міста, були знищені при захопленні Львова 1340 року польським королем Казимиром III, який спалив Високий і Низький замки, а також при пожежі міста в 1381 році.

«Середньовічну архітектуру у Львові поділяють на два періоди:

1) **Романський стиль** архітектури (XIII – середина XIV століття)

2) **Готичний стиль** архітектури (кінець XIV – 60-ті роки XVI століття)»

[1].

Галицько-волинська школа давньоруської архітектури увібрала в себе сучасні західноєвропейські романські стилі, а згодом і готичні. Риси романської архітектури рельєфно виступають передовсім у церковних спорудах. Романський стиль вирізнявся масивністю і зовнішньою суворістю

споруд, які зберігають оборонні, захисні функції із перевагою вертикальних або горизонтальних ліній, із дуже вузькими отворами дверей і вікон, із півциркульними арками. Найбільша увага приділялася спорудженню храмів-фортець, монастирів-фортець, замків-фортець, що розташовували на підвищених ділянках місцевості. Головним будівельним матеріалом був тесаний камінь.

Доречно буде використати нами статтю Оксани Палій з платформи «Фотографії старого Львова»

«Про що розповідає львівське каміння...»

«Архітектура відкриває все нові і нові грані історії культури міста, історії освіти лише тим, хто вміє цю архітектуру «читати», знаходити до неї відповідні ключі, і тоді відриваються такі глибинні речі в широкому культурному контексті часу, які яскраво знову і знову показують, що ми таки насправді мало знаємо про «загальновідому» архітектурну спадщину Львова»

Авторка статті висловлює припущення щодо однієї архітектурної деталі – маски комедії Дель Арте, що оздоблювали фасад Львівського костелу єзуїтів (сучасного гарнізонного храму Петра і Павла у Львові). «Маски комедії Дель Арте – як мистецький візуальний елемент в архітектурі Львівського костелу єзуїтів, очевидно, є справді його родзинкою. У відкритих джерелах ми ніде не зустрічали згадок про те, щоб в інших сакральних спорудах, костелах єзуїтів, в інших країнах чи містах застосовувалися такі елементи декору» [20].

Оксана Палій запевняє, що треба бути більш уважними при розгляданні каміння, яке є основною деталлю в архітектурі Львівщини. Воно є таємничим і приховує те, чого, можливо, багато хто не помічає століттями. «Як можемо переконатися, навіть «загальновідомі» об'єкти мають в собі ще чимало загадок, що належить розгадати. Бо ж львівське каміння може ще багато розповісти, якщо не лінуватися, і вміти уважно «читати» [20].

У Галицько-Волинському князівстві монументальна архітектура була провідним видом мистецтва. Кам'яне будівництво розвивалось у сакральній

архітектурі поряд з дерев'яною забудовою. «До пам'яток, які знавці відносять до прикладів романського стилю, що збереглись ще з часів заснування Львова є храм Святого Миколая (ймовірно збудований між 1264 і 1340 роками), княжий храм від якого, як відомо, вів прямий шлях до княжої резиденції – Високого замку. Від первісної церкви залишились фрагмент стін та первісні мури та нижня частина вимуруваної з тесаних блоків білого вапняку апсиди. Цей матеріал був характерним для сакрального будівництва в Галицько-Волинській Русі у XII–XIII століттях. Церква має класичний візантійсько-руський хрестовокупольний план, якщо глянути на храм з висоти пташиного польоту можна побачити, що храм має форму хреста» [1].

В кінці XIV століття зі змінами, які прокотились по місту: захоплення міста Казимиром III та перенесення центру міста з площі Старий Ринок на сучасну площу Ринок, на зміну романському стилю прийшла готика.

«Готика – це антропоцентричний стиль, який на перший план підносить людину» [1]. Готичним спорудам притаманна націленість у небо своїми вежами, шпилями, характерним є величезні вікна прикрашені вітражами, які стало можливо вставляти в будівлі, позаяк була винайдена нова конструкція склепіння, основою якої стала каркасна система з нервюрами, нервюри сходяться у пучки на опорних стовпах, на яких концентрується все навантаження перекриттів.

Готичний період у архітектурі Львова та Західної України, вважають, одним із найцікавіших. Адже в цей час почали стрімко розвиватись міста, розвивались ремесла та торгівля. Відповідно збільшується потреба і в спорудах як адміністративного, так і цивільного значення. У Львові в цей час панував розквіт катедральної готики. «Типовим прикладом готичного стилю в сакральній архітектурі Львова збереженого до наших днів вважають – Латинський катедральний собор (середина XIV століття – 1481 рік). Катедру будували більше 130 років, а роботами керували архітектори: спершу Петро Штехер, потім Микола Гонзага (Гансеке). Первісно фасади були не тиньковані, з помітним готичним муруванням цегли двох кольорів, що

утворювало характерний хрестовий орнамент. Дах був дерев'яний та стрімкий, який з часом змінили на мідний» [1]. Проте з плином часу багато змінилось в храмі, тому сьогодні знавці відносять храм не лише до прикладів готичної архітектури, але й до архітектури ренесансу, бароко і рококо.

«До середини XV століття під керівництвом майстрів Ванденштейна, Юдентоттера були збудовані дві лінії оборони міста з Високого і Низького мурів з 28 вежами, 16 бастеями» [1]. До нашого часу дійшли дві ділянки Високого муру на вулиці Підвальной позаду Міського і Королівського арсеналів та одна з сторони проспекту Свободи, що зазнала реконструкції 1998 року.

Типовим прикладом оборонної готичної архітектури княжої доби практично незмінним до сьогодні є П'ятничанська вежа у селі П'ятничани, у Львівській області. Вежа є майже квадратна в плані (7,83 x 7,4), збудована з ламаного каменю-вапняку, кути складені з тесаних блоків, тесаними каменями обрамлені прорізи воріт і дверний проріз готичної форми на північному фасаді.

Окрім катедральної та оборонної готичної забудови у Львові була й звичайна цивільна готична забудова, для якої, вважають, була характерна фахверкова конструкція (подвійний дерев'яний каркас заповнювали камінням або цеглою) з мурованими пивницями, яку ще називають «пруським муром». Будинки були одноповерхові, а кожен великий будинок середньовіччя був лабіринтом переходів та ходів, які з'єднували частини будинку.

«Типовим прикладом оборонної готичної архітектури княжої доби практично незмінним до сьогодні є П'ятничанська вежа у селі П'ятничани, у Львівській області» [1]. Вежа є майже квадратна в плані, збудована з ламаного каменю-вапняку, кути складені з тесаних блоків, тесаними каменями обрамлені прорізи воріт і дверний проріз готичної форми на північному фасаді.

Унаслідок «Великої пожежі» 1527 р. було майже повністю знищено

обличчя середньовічного Львова. Збереглись з тих часів лише мури нечисленних міських кам'яниць на площі Ринок, вулицях Сербській, Руській. У палаці Корнякта збереглася єдина на теренах України пам'ятка світської архітектури XV ст. – готична зала. Згодом за проектами італійських архітекторів зруйноване готичне місто набуло нового ренесансного вигляду.

2.2. Архітектура Львівщини в сучасних медіаматеріалах

Сьогодні світова інформаційна індустрія, що сформувалася на основі розвиненої масовоінформаційної діяльності, стає причиною глобальних трансформацій у світі. Посилюється вплив засобів масової інформації на всі сфери життєдіяльності суспільства, в тому числі на сферу туризму. «За останні десятиріччя туризм має надзвичайно стабільні темпи зростання, що робить його однією із найбільш сталих складових світової економіки» [6].

За часів, коли Інтернет ще не був важливою частиною повсякденного життя, існував масовий туризм. Із переходом до інформаційного суспільства з'явилися платформи із розміщенням інформації онлайн для загального доступу. І тільки на початку XXI ст. відбулося становлення нових каналів зв'язку між відправником і отримувачем. Ця дозволяє завантажувати в мережу будь-які типи файлів, що робить його інтерактивним і цікавим для всіх користувачів.

Сьогодні можна виділити чотири основні типи користувацького контенту, які дозволяють розміщувати різні матеріали в різних форматах:

- 1) Блоги або веб-сторінки, що включають пости на різні теми, містять текст, ілюстрації, посилання на сторонні ресурси.
- 2) Веб-сайти, що дозволяють користувачам легко додавати, редагувати або видаляти контент відповідно до свого бажання.
- 3) Аудіо-блоги, доступні для скачування і прослуховування користувачами.
- 4) Соціальні мережі (наприклад, YouTube, Instagram, Facebook, та ін.), що дозволяють користувачам спілкуватися і обмінюватися думками на певні

теми в формі чату.

Популярні соціальні мережі сьогодні – це гігантський майданчик для додаткових або навіть альтернативних джерел ЗМІ. При цьому сучасний споживач вважає, що подібні джерела заслуговують більшої довіри, ніж офіційні ЗМІ. Контент соціальних мереж і блогів доносить до аудиторії певні повідомлення і має великий вплив на споживача. Таким чином, формується громадська думка і про туристичні послуги.

Сучасні медіаматеріали часто перевершують за впливом традиційні тревелмедіа через свою інтерактивність, доступність та поширеність. Таким чином, соціальні мережі сприяють формуванню іміджу країни, привертають увагу аудиторії до подорожей і туристичних послуг.

Саме через журнали, сайти, газети, блоги, телепередачі відбувається певна комунікація з туристами та громадянами. Якість тематичного наповнення медіа здійснює чималий вплив на формування світогляду особистостей, спонукають поглиблювати свої знання, викликають зацікавлення у багатьох сферах суспільного життя.

Сучасний туристичний медіа-ринок являє собою складний та розгалужений механізм, який поєднує в собі декілька ланок. З одного боку, це спеціалізовані туристичні видання, власне українські або з представництвами в Україні. «Вони належать до сфер як журналістики, так і туристичного бізнесу, мають постійних партнерів серед авіаліній, готельних комплексів, ресторанів тощо. Такі медіа є високобюджетними виданнями, з кореспондентами по всьому світу. Інший напрям – туристичні медіа, орієнтовані на споживачів. Такі медіа можуть бути як загальної тематики (цікаві об'єкти в країні чи місті, ресторани і готелі, туристичні маршрути, історичні дані тощо), так і присвячені конкретній сфері захоплення людей (альпінізм, рибалка, яхтинг, національна кухня, давні пам'ятки, величні постаті тощо)» [9]. В Україні медіа, пов'язані з туризмом, представлені журналами, газетою, телепередачами, радіопередачами, сайтами, блогами. Друковані медіа мають електронну версію чи сайт, телепередачі

доповнюються Youtube-каналом.

Основними темами туристичних медіа є історія, культура, географія, пам'ятки історії та тематика, яка стосується стилю життя людини: побут, професії та ремесла, національні свята і спільноти, традиції, етнографія.

Висвітлюючи архітектуру, медіа привертають увагу до культурної спадщини, яка потребує збереження, показують трансформації міст, крізь призму історії, дають глибше розуміння архітектури, як специфічної галузі, збільшують інтерес до цікавих будівничих рішень чи оригінальних архітектурних проєктів. Загалом писати про архітектуру важливо передусім тому, що таким чином формується запит суспільства на якісні зміни міського простору.

«Якщо у світі архітектурна дискусія в просторі медіа – явище стале, то в Україні тільки розвивається, як й інтерес до цієї теми» [9]. Основні розмови навколо архітектури в українському медіапросторі обертаються навколо незаконних забудов, збереження, трансформації чи забуття радянської спадщини, або ж суперечливих і резонансних випадках. Так відбувається через те, що журналістика задовольняє потребу аудиторії та віддзеркалює суспільство. «Грунтовний матеріал на архітектурну тему не розрахований на масу, а шукає «свого» читача. Проте є медіапроєкти, які такого читача знайшли і пишуть про архітектуру регулярно, доступно і з різних ракурсів, хоча й не без челенджів» [13].

Архітектура Львівщини є достатньо популярною темою у медіаматеріалах. У дослідженні ми взяли за приклад:

- туристичну платформу «LVIV.Travel» [10];
- портал Львівської міської ради [12];
- відео-матеріали з платформи YouTube [26];
- матеріали медіамайданчика Ukraïner [11].

2.2.1. Туристична платформа LVIV.Travel

«Офіційна туристична платформа, завданням якої є показати потенційному туристу, мешканцю чи просто користувачу Львівщину та

спонукати його відвідати ті чи інші цікаві місця» [10].

Дана платформа надає можливість мешканцям самим розміщувати рекламу популярних місць на «LVIV.Travel» та соціальних мережах: «Ми хочемо завжди бути в курсі подій, нововведень та отримувати інформацію про нові та вже існуючі заклади міста, івенти та пропозиції. Тому пропонуємо наш майданчик для розміщення Вашої інформації: ви отримуєте додаткову рекламу, ми отримуємо можливість покращувати та збільшувати функціонал сайту» [10].

Також користувачі можуть придбати «Lviv City Card» – карту, яка надає можливості безкоштовного проїзду у електротранспорті, безкоштовних прогулянок Метрополічними садами, безкоштовне відвідування музеїв, знижки на активний відпочинок, страви та напої, галереї та магазини.

Кожного року агентство приймає понад 1,5 млн гостей і пропонує відвідати місця, що мають свою цікаву історію та дивовижну архітектуру, яка зберігає в собі історію та старовинність міста. Далі перелік найвідвідуваніших пам'яток архітектури за даними турагентства LVIV.Travel.

Храми (туристичного) Львова

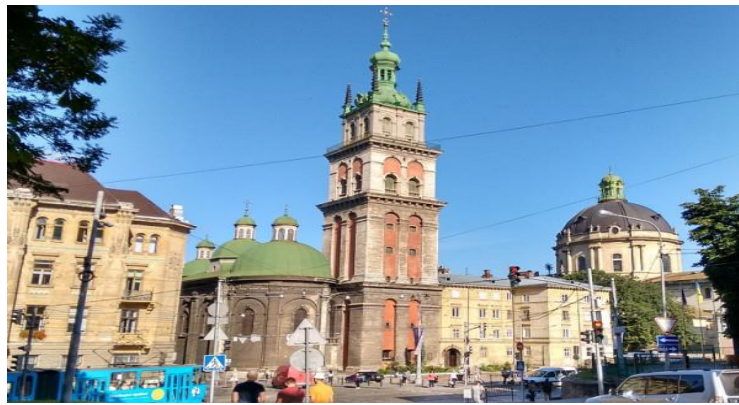
«Панорамний краєвид Високого Замку у Львові вражає своєю різноманітністю та красою. В цьому масиві виділяються храми, котрі наповнюють місто, як діаманти корону. Це симфонія архітектурної форми, стилю в поєднанні з живою природою та своєрідним ландшафтом Львова. Кожен храм є неповторним, має свою душу та ідентичність. Львів, унікальне місто, наповнене різними конфесіями, що мирно співіснують протягом століть. Фундаторами споруд були не тільки князі, королі, бояри, а і прості мешканці околиць, і граду» [10].

У Львові є три храми, що водночас є історичними центрами релігійного життя християнських конфесій: католицизму, православ'я та орієнтальної вірменської церкви.



Латинський кафедральний собор

Латинський кафедральний собор закладений польським королем Казимиром III Великим у 60-х роках XIV століття і є пам'яткою готичної архітектури та забудови міста, що вціліла від пожежі 1527 року.



Ансамбль храму Успіння Пресвятої Богородиці

Ансамбль храму складається із церкви, дзвіниці та каплиці. Вежа була збудована із каменів та цегли та має висоту в 66 метрів. «Голосом» дзвіниці є «Кирило», один із найбільших та найважчих дзвонів. «Вежа храму має назву Корнякта, одного із найбагатших купців міста, котрий фінансував православну церкву. Каплиця Трьох Святителів втілена в стилі традиційних дерев'яних церков із трьома куполами. Ансамбль храму Успіння Пресвятої Богородиці є унікальною пам'яткою, де є поєднання ренесансних здобутків із місцевою самобутньою традицією будівництва» [10].



Вірменський кафедральний собор

Один із найдавніших храмів вірменської общини міста Львова почав свою історію в 1363 році завдяки архітектору Дорінгу, що вклав в нього всю таємничість та колоритність вірмено-орієнтального стилю.

Citadel Inn

Через «Весну народів» австрійська влада вирішила захистити себе й у Львові, про всяк випадок. Так у середині 19 століття на горах Калічій, Шенберка та Пелчинській розкинулися 6 веж та казарми. Сьогодні дана споруда 5-зіркового готелю – єдиний приклад австрійської оборонної архітектури того часу в Україні.



Citadel Inn

Astoria

«Один із найрозкішніших і, водночас, найстаріших готелів Львова – йому вже понад 100 років» [10].

Це витвір Тадеуша Гарделя в стилі модерн, дійшов до наших днів. Більше того, під час реконструкції власники подбали про історію та залишили для нас сходову клітку та плитку такими, якими вони були від заснування готелю. До речі, вивіску також залишили в оригінальному вигляді.



Astoria

Театр імені Марії Заньковецької

Будівлю нинішнього театру імені Марії Заньковецької зводили у середині XIX століття на гроші графа Станіслава Скарбека. Він був одним із найбагатших жителів Галичини свого часу і часто жертвував на благочинність. Театри Львова вирізняються незвичними архітектурними та інженерськими рішеннями, а для зведення театру графа Скарбека, оскільки там болотиста місцевість, в землю вбили 16 тисяч дубових колод і на цій основі будували театр. Будівля багатофункціональна, зводили її кращі австрійські архітектори – Л. Піхль, Й. Зальцман.



Театр імені Марії Заньковецької

LVIV.Travel пропонує ці архітектурні пам'ятки, що мають свою історію та будуть цікавими «представниками» Львівської культури. Їх можна ретельно досліджувати та пізнавати, при чому, поринаючи в атмосферу минулих століть.

2.2.2. Портал Львівської міської ради

Офіційний сайт Львівської міської ради публікує щоденно новини міста та області. На даному порталі розміщені новини, увага яких також приділена архітектурі Львівщини. Доречно використати статті, присвячені темі нашої роботи, в яких порушуються соціальні питання щодо мистецтва, а саме архітектури, як їх вирішують і хто робить внесок у культуру міста та області.

«У Львові власник зруйнував цінні архітектурні елементи у пам'ятці на площі Ринок: мерія звернулася до суду»

У Львові під час проведення самовільних будівельних робіт власник зруйнував частину пам'ятки національного значення на площі Ринок. Управління охорони історичного середовища ЛМР зупинило незаконні роботи, як тільки виявили їх. «Ця компанія викупила на аукціоні комунальні приміщення Львівської міської ради. У будинку на площі Ринок, 40, без жодних дозволів демонтували частину офіщини, зруйнувавши дерев'яні перекриття. Штраф у 170 тисяч гривень, який вони оскаржують, – дуже м'яке покарання. Бо вони знищили цінні архітектурні елементи, зокрема різьблені балки. І це після того, як уклали охоронні договори, де зобов'язалися

зберігати пам'ятку. Тобто, вони розуміли, що роблять» [21], – зазначила Лілія Онищенко (начальниця управління охорони історичного середовища ЛМР).

«У Львівському скансені завершилася реставрація найбільшого об'єкту під гонтовим дахом»

На початку листопада у Музеї народної архітектури та побуту імені Климента Шептицького завершили розпочату у червні 2022 року реставрацію одного з найбільших експонатів – парафіяльної стодоли (друга половина ХІХ ст.) із с. Либохора Турківського району.

Останні роки дах цього цінного архітектурного об'єкту потребував нагальної уваги, адже він використовується як фондосховище для окремих музейних експонатів. «У травні 2021 року музей розпочав благодійний проєкт «Купи гонтину – врятуй стодолу», за яким кожен міг долучитися до збору коштів на реставрацію» [23]. Перші кошти були зібрані саме таким чином, згодом Львівський скансен отримав благодійні внески від декількох компаній, але основна частина використаних фінансів – це гроші із вхідних квитків. Для покриття даху стодоли використали близько 49 тисяч малих смерекових дощечок – гонтин. Після перекриття даху їх вкрили шаром ропи (сирої нафти), яка традиційно використовувалась для цього.

Технологію при реставрації даху не змінювали, аби будівля не втратила своєї автентичності. За словами керівника Львівського скансену Михайла Закопця, роботи були виконані власними зусиллями музейників.

«Це все – кропітка робота наших майстрів, повністю ручна робота. Один із працівників, які цього року перекривали стодолу, робив це і минулого разу, ще 30 років тому. Ми переконані, що цей дах простоїть не менше. Разом із тим, успішність цього проєкту – приклад того, як небайдужі містяни та відвідувачі музею можуть разом долучитися до збереження архітектурних об'єктів», – зазначив Михайло Закопець [23].

«У парку Франка реставрують 200-річну ротонду»

За словами керівниці управління екології та природних ресурсів ЛМР Олександри Сладкової, роботи із реновації споруди виконують реставратори

ТОВ «Ренесанс» на замовлення ЛКП «Зелений Львів». Меценатом робіт став гуртовий ринок «Шувар». Вартість реставрації ротонди становить орієнтовно 600 тис. грн. Роботи планують завершити вже до кінця року.

У серпні 2022 року виконком ЛМР прийняв рішення про реконструкцію парку ім. Івана Франка. Так, проєктними рішеннями передбачено реставрувати ротонду, спланувати нові доріжки, додати водних об'єктів, збільшити площу клумб та ін.

«У Львові зупинили заміну автентичних вікон на металопластикові у будинку-пам'ятці архітектури»

1 листопада 2022 року управління охорони історичного середовища ЛМР зупинило самовільні роботи із заміни автентичних дерев'яних вікон на металопластикові у будинку-пам'ятці архітектури місцевого значення, що на вул. Кирила і Мефодія. За цією адресою розташований хімічний факультет ЛНУ ім. І.Франка.

Як зазначила начальниця управління Лілія Онищенко, на момент виявлення робіт у пам'ятці вже демонтували 3 великі автентичні вікна та кілька менших. «Роботи ми зупинили. Але, ці вікна вже, на жаль, втрачені. Як зазначили у ректораті університету, заміна вікон – неузгоджена з ними ініціатива керівництва хімічного факультету. І запевнили, що замість демонтованих встановлять нові дерев'яні вікна, виготовлені за зразком оригінальних. Однак, це уже буде не автентика. Сподіваємось, що отримаємо від університету відповідний гарантійний лист, бо поки це усна обіцянка», – зазначила Лілія Онищенко [22].

Будинок № 6 на вул. Кирила і Мефодія – пам'ятка архітектури місцевого значення. Збудований 1892 року за проєктом віденського архітектора Різори, добудований 1911 року архітекторами Григорієм Пежанським за участю архітектора Йозефа Браунзайс

«Відомий японський архітектор співпрацюватиме зі Львовом у створенні тимчасового житла нового формату»

Міський голова Львова Андрій Садовий зустрівся із видатним

японським архітектором Сігеру Баном, який цими днями завітав до міста. На зустрічі, зокрема, обговорили проєкт Національного реабілітаційного центру «НЕЗЛАМНІ», напрацювання нового прототипу тимчасового житла для вимушено переміщених осіб та втілення культурних будівель у місті.

Передусім мер привітав гостя та розповів йому про актуальну ситуацію у Львові, а також презентував проєкт Національного реабілітаційного центру «НЕЗЛАМНІ».

«Співпраця з вами розширить наші горизонти. Реабілітаційний центр дуже важливий для нашого майбутнього, і я дуже надіюсь співпрацювати з вами. Сподіваюсь, ви для себе заново відкриєте Україну і залишите свій слід у Львові. Ми будемо інформувати вас щодо наших архітектурних конкурсів. Ваша участь буде великою честю для нас», – зазначив Андрій Садовий [14].

А відтак у межах зустрічі обговорили реалізацію у Львові нового прототипу тимчасового житла для вимушено переміщених осіб, зокрема з використанням матеріалу стирофом для утеплення. Відомо, що такий прототип наразі напрацьовують у Польщі спільно із Японським представництвом, а відтак планують доставити до Львова, аби реалізувати новий метод будівництва житла.

Також у місті розглядають декілька локацій, де, за ідеєю Сігеру Бана, можна було б реалізувати тимчасові мистецькі об'єкти.

До слова, японський архітектор залишив запис у Книзі почесних гостей Львова.

«Я дуже сподіваюсь співпрацювати з вами та вашими людьми, щоб допомогти перебудувати соціальні простори для містян», – написав Сігеру Бан [14].

Сігеру Бан – лауреат Прітцкерівської премії за 2014 рік, що співвідносна Нобелівській премії, але у архітектурі. У своїх роботах розробник часто використовує дешеві матеріали: папір, бамбук, тканину. Також відомий архітектор проєктує житло для людей, які залишились без даху над головою.

Цікаво те, що, ознайомвшись на порталі із новинами архітектури,

користувачі також можуть взяти участь в архітектурних конкурсах. Наведемо приклад деяких з них.

*«Краща проектна пропозиція церемоніальної будівлі на території
Янівського цвинтаря у місті Львові»*

Конкурсний об'єкт на території Янівського цвинтаря повинен стати важливим елементом для його функціонування.

«Від проектних рішень очікується:

- сучасна, стримана та функціональна архітектура;
- зрозумілість проектних рішень та можливість їхньої реалізації в сучасних економічних умовах;
- гармонійне поєднання проектованого об'єкту із існуючим середовищем кладовища» [12].

*«Всеукраїнський архітектурний конкурс на кращу проектну пропозицію
сучасної мистецької школи»*

«Вперше за роки Незалежності будуватимуть нову музичну школу, адже всі наші 14 музичних шкіл відкривали ще в часи Радянського Союзу. Дуже важливо, що ми не будемо пристосовувати діюче приміщення під заклад культури, а збудуємо нове, спеціалізоване приміщення під неї. Вона має стати прикладом для цілої України», – Наталія Бунда (директорка департаменту розвитку ЛМР) [12].

Головним завданням учасників конкурсу є створення проектної пропозиції для будівлі школи мистецтв з концертним залом, що передбачає розміщення майбутнього закладу, відкритої громадської площі та учнівського простору з максимально ефективним використанням території. Перш за все, це має бути музична школа, де будуть окремі класи для групових та індивідуальних занять. У певних кімнатах передбачатиметься шумоізоляцію, щоб, для прикладу, заняття на барабанних установках не заважали учням інших класів. Школа матиме окремі класи для образотворчого мистецтва, великі хореографічні класи, приміщення для занять технічною творчістю (моделювання, медіа-мистецтво, тощо). Крім

звичних функцій мистецької школи, передбачається створення великого концертного залу та дитячого мистецького садка.

«Всеукраїнський архітектурний бліц-конкурс на кращу концепцію дизайну елементів благоустрою міського середовища»

У Львові оголосили Всеукраїнський архітектурний бліц-конкурс, який покликаний знайти єдине образне рішення щодо дизайну всіх елементів благоустрою, яке сприйматиметься як ідентифікаційний код міського середовища Львова.

«Ця тема проведення архітектурного конкурсу на концепцію елементів благоустрою міського середовища давно назріла і, власне, у нас є приклади якісних типових елементів благоустрою з міст Європи, зокрема, швейцарських міст», – зазначив головний архітектор Львова Антон Коломєйцев [12].

Також заступниця міського голови з питань житлово-комунального господарства Ірина Маруняк відзначила необхідність проведення конкурсу, адже у місті будуть облаштовувати громадські простори.

Основні концептуальні завдання конкурсу для створення елементів благоустрою міського середовища:

1. Єдине образне рішення щодо дизайну всіх елементів благоустрою, яке сприйматиметься як ідентифікаційний код міського середовища Львова.

2. Проектанти повинні знайти рішення, що будуть відповідати як історичному середовищу, так і периферійним районам міста, бути стриманим, лаконічним та сучасним водночас.

3. Елементи благоустрою повинні встановлювати новий рівень комфорту, та підвищити стандарти використання громадських просторів міста.

На даному порталі про архітектура можна дізнатися, перейшовши в розділ «Управління архітектури та урбаністики», представником якого є Коломєйцев А. В. – заступник директора департаменту, начальник управління архітектури та урбаністики департаменту містобудування

Львівської міської ради, головний архітектор міста. У розділі є перелік основних завдань, щодо покращення архітектури міста:

1. «Реалізація політики міської ради у сфері містобудування, розробка та реалізація містобудівних програм.

2. Забезпечення дотримання встановленого режиму забудови та іншого використання земель, визначених для містобудівних потреб на основі затвердженої радою містобудівної документації.

3. Аналіз стану містобудування, організація розробки містобудівної документації та реалізація відповідно до затвердженої містобудівної документації плану розвитку і забудови міста.

4. Координація діяльності суб'єктів містобудування щодо комплексного розвитку та забудови міста, поліпшення їх архітектурного вигляду, раціонального використання територій міста.

5. Організація та проведення архітектурно-містобудівних рад» [12].

2.2.3. Ukraïner

Ukraïner – це спільнота, що з 2016 року досліджує Україну та український «контент», розповідає історії самим українцям, а також транслює їх у світ, перекладаючи десятками мовами. Один з найгучніших проєктів про мандрівки, який почався з ініціативи Богдана Логвиненка, і зараз перетворився на одне з найцікавіших медіа про подорожі Україною. Команда Ukraïner щомісяця вирушає у незвіданий куточок України, розповідаючи історії про дивовижних людей та місця країни. Окрема рубрика присвячена регіонам України. Журналісти захоплююче розповідають про різні сторони життя українців: професії, спорт, мистецтво, освіту, пам'ятки, інклюзію, музику, національні спільноти, захист природи тощо.

Упродовж років Ukraïner був медіамайданчиком з унікальними історіями, відео- та фотоконтентом як про українські історичні регіони, так і про український контекст за кордоном. Значна частка мультимедійних матеріалів – це історії успіху, змін, втілення реформ, збереження спадщини та історичної пам'яті, а також експлейнери про нашу основу: мову, історію,

культуру тощо.

«Місія Ukraïner – розвиток відкритого українського суспільства через висвітлення важливих тем, створення додаткової цінності об'єктів культурної та історичної пам'яті» [11].

«Протягом тривалого часу українці емігрували, забуваючи цінність власних земель» [11]. Саме тому Ukraïner почав розповідати історії з усіх куточків України, допомагаючи досягнути цінність власної країни й розвивати простір, у якому живемо або до якого обов'язково повернемося, в якій би точці світу зараз не перебували.

«Львів на дотик»

«Люди пізнають навколишній світ – рідний будинок, вулицю, місто та країну – через органи чуття. Однак для тих, хто має порушення зору, архітектурні об'єкти є здебільшого недоступними до пізнання. Останнім часом в Україні створюють дедалі більше проєктів інклюзивного мистецтва, що пояснює та адаптує твори, які, здавалося б, можна сприйняти лише зором. Так у Львові з'являються зменшені тактильні копії туристичних пам'яток, які створює скульптор, викладач і представник відомої мистецької родини Василь Одрехівський» [15].

В Україні з'являється дедалі більше ініціатив, які роблять мистецтво доступнішим для людей з інвалідністю. Інклюзивність та архітектура асоціюються передовсім з універсальним дизайном і проєктуванням безбар'єрного і комфортного для всіх середовища. Але якщо піти ще далі, за допомогою інклюзивного мистецтва можна, скажімо, знайомити незрячих людей з архітектурними пам'ятками. Адже досягнути величезні будівлі на дотик чи сприйняти всі тонкощі ренесансу в архітектурі на слух – непросте завдання. Тому львівський скульптор Василь Одрехівський вирішив зробити тактильні копії деяких будівель міста, аби люди з вадами зору мали змогу самі все «роздивитись».

Тактильні бронзові моделі встановлюють поруч з оригіналами. Так, зменшена копія ратуші стоїть на площі Ринок, копія оперного театру – біля

фонтану на проспекті Свободи, мініатюра Святоюрського архітектурного ансамблю – у сквері біля собору. Макети стали цікавими не лише для незрячих. Туристи іноді з цікавістю підходять саме до мініатюр, а не розглядають власне будівлю. «І ми тоді зрозуміли, що той макет дуже приваблює цілком здорових людей. І зрозуміли, чому. Ти ж не можеш згори подивитись на ратушу!» – розповідає Василь Одрехівський [15].

«Львів сканує пам'ятки архітектури»

«Щоби якнайкраще вберегти свою архітектурну спадщину, львів'яни взялися сканувати будівлі. Ініціатор такої ідеї – Юліан Чаплінський, архітектор, урбаніст, автор блогу про урбаністику та книжки «Зрозуміти архітектуру». У своїх відео він розказує, як в інших країнах відновлювали культурну спадщину після Другої світової війни та показує, як російські окупанти розбомбили інфраструктуру в Чернігові, Сумах та інших містах України. Юліан каже, що його задум простий, але дуже важливий для майбутнього – відсканувати пам'ятки архітектури в різних містах України, найперше – тих, які є в списку світової спадщини ЮНЕСКО, як-от історичний центр Львова» [16].

Ініціативу Юліана підтримали дуже багато людей. За перший тиждень команда «Мірничий» зісканувала найстаріший храм Львова – церкву святого Миколая – її екстер'єр та інтер'єр. Уже зробили «3D-портрет» костелу всіх святих і колишнього монастиря бенедиктинок, що є пам'яткою Ренесансу. Відсканували й середньовічний храм Івана Хрестителя, палац Лозинського (галерею мистецтв), палац Потоцьких і костел кларисок (музей скульптури Йогана Пінзеля). А хлопці з команди Skeiron фіксували у такий спосіб вежу Корнякта та дах костелу Ольги та Єлизавети. До цього вони з власної ініціативи за підтримки Інституту «Полоніка» вже відсканували церкву Пресвятої Євхаристії, церкву святого Андрія, костел святого Бартоломея (Варфоломія) та Свято-Покровський кафедральний собор.

Юліан наголошує, що всі моделі споруд треба передати органам місцевого самоврядування та управлінню охорони культурної спадщини. Він

вважає, що в Україні варто створити єдиний архів таких сканів з усіх регіонів. Це, на його думку, було би слушним і далекоглядним рішенням для збереження нашої архітектурної спадщини. Такі проекти мають бути системними, а тому важливо, щоб їх підтримували не тільки волонтери, а й держава. Юліан уже домовився, що скани львівських будівель зберігатимуться у Віденському технічному університеті, де їх зможуть вивчати студенти.

Архітектор переконаний, що згуртованість довкола спільних цінностей і бажання зберегти й розвивати свою культуру – це те, що додає сил.

2.2.4. Відеоблог «CHAPLINSKY VLOG»

Існує безліч телепередач та відео-блогів про архітектуру багатьох місць світу. Вони є різними, інформативними та цікавими, кожен по-своєму особливий. Ознайомлюючись з матеріалами відеоконтентів, глядач має змогу «побувати» на певному місці, про яке автор дає інформацію, прислуховуватися до думки автора, адже місце зйомки може бути одне, але кожен подасть його по-своєму. Туристичний відеоконтент дає змогу вирішити для себе чи відвідати певне місце, чи вистачить того, що ми про нього дізналися та побачили з екрану смартфона чи монітора.

Туристичні блоги не можна вважати повноцінним медіа, але вони дуже поширені як в усьому світі, так і в Україні. Блогери публікують свої матеріали в авторських колонках спеціалізованих та загальнотематичних медіа. Користувачі більше довіряють думці конкретної людини, ніж сайтам туристичних компаній, їм цікавий невимушений легкий стиль викладу матеріалу, можливість задати питання, спробувати повторити туристичний маршрут автора блога, зайти в ті самі ресторани, зупинитись в тих самих отелях і т.д. В Україні поширені як текстові, так й відео-блоги. Саме відеоматеріал *«Як реставрують Львів»* [25] з блогу Юліана Чаплинського ми використовуємо в роботі як приклад. Юліан Чаплинський – архітектор та урбаніст, автор YouTube-каналу *«CHAPLINSKY VLOG»* [26].

Архітектором Юліан працює з 2005 року, з 2011 по 2015 рр. він керував

власною архітектурною фірмою «CHAPLINSKY & Associates». Протягом майже 5 років працював головним архітектором Львова.

На платформі YouTube є канал, який допоможе заочно познайомитися з архітектурою міст як українських, так і європейських. Опис каналу: «Блог про життя в місті, архітектуру та урбаністику від архітектора Юліана Чаплінського» [26].

Відеоблог «Як реставрують Львів»

Відеоматеріал має опис: «Сьогодні поговоримо про реставрацію у Львові. Я вибрав цікаві об'єкти, які відновили та реконструювали впродовж останніх років. Більшість цих будівель змінили своє призначення: тепер там працюють готелі, ресторани, банки. Пропоную і вам переконатися, як змінюється і розвивається історичний Львів» [25].

Архітектор у відео подає рейтинг реставрованих і реконструйованих об'єктів Львова. Висловлює власну позицію щодо цього: «Почати хочу з того, що в нас в державі є така штука, що все, що є пам'ятка – проект буде називатися «Реставрація». З боку економічного – це, напевно, правильно, але я, як архітектор-практик скажу, що це фактино майже неможливо і нереально. Що мається на увазі, що реставрація вимагає дотримання і матеріалів з яких будувався об'єкт, і технологія будівельна, і функції. Відповідно, дотримуючись такої логіки, кожна пам'ятка мала б пристосовуватися виключно під ту функцію, з якою вона будувалася з самого початку» [25].

Юліан подає глядачам топ об'єктів для визначення: реконструйовані вони чи реставровані (глядач має визначити для себе сам). Дає назву власному топу «Рейтинг реконструйованих і реставрованих об'єктів Львова».

«Чесне м'ясо»

Починається топ з ресторану на Площі Ринок «Чесне м'ясо», у стилі розкішного ренесансу. Для реставрації були запрошені німецькі архітектори, які добре відновили кам'яні портали. На відміну від фасаду, зсередини будівля була змінена та осучаснена власниками, але зі збереженням балок

того періоду.

«Гвара ресторація»

Ресторан на вул. Братів Рогатинців, із простим інтер'єром. Родзинкою закладу є підвал, в якому збережено частину кам'яного муру, яким австрійці будували будинок, але залишили цю справу. Мешканці та туристи заходять до закладу і часто замовляють столики саме біля цього муру. «Власники зробили ресторан експонатом – експонатом, який працює. Я дуже люблю таку тему», – додає автор блогу [25].

Ресторан «Бачевських»

Власники зробили аристократичний ресторан, де відреставровані дерев'яні сходи, де залишили відкриті підвали. Поєднується сучасне з тогочасним. «Відбулося толерантне втручання», – висловивши свою думку, описав архітектор.

Далі топ продовжив торговий центр **«Магнус»**. Стара будівля, з невдалою реставрацією: алюмінієві вікна, металозамінник замість черепиці. Це перший львівський об'єкт, що «відкрив» моду на реставрацію старого під певну функцію. У центрі неподалеку є сходи, що забирають багато місця, також встановлено два ліфти. «Він заслуговує того, щоб ми його згадали», – каже про ТЦ «Магнус» Юліан [25].

Наступна інформація була про готель. Особливий він тим, що популярний серед іноземних туристів через свою автентичність та старовинність, але у поєднанні з сучасним.

«Vintage Boutique Hotel»

Знаходиться на розі вулиці Сербська. Один з перших на цій вулиці, що задав тон реставрувати один за одним фасади. Відновлено інтер'єр готелю, але елементи старовинності збережені.

«BANKHOTEL»

Об'єкт, який за Радянського часу був банком. 8 червня 2018 року був відчинений для львів'ян та гостей міста. «Архітектори відреставрували все, що можна було тільки там від реставрувати, зробивши з банку неймовірний

готель і зберегти максимум всього, що там було, схованого від наших з вами очей», – наголошує автор блогу [25]. Делікатно зроблений дах із вежею, яка зроблена під котельню. Старі сейфи на барі замість шафи з полицками в минулому конференцзалі. Юліан запрошує відвідати цей готель, роздивитися всі його деталі. На даху є панорамна тераса з винотекою. «Я дуже люблю, коли інженерія складається дуже толерантно. Тобто там задня сторона даху, а внутрішня – з двору поєднанні плоским переходом з грамотною установкою» [25].

Сам рейтинг є невичерпний, адже ця архітектура міста заслуговує на увагу, маючи багато об'єктів для вивчення. Перейшовши на даний канал, користувачі можуть ознайомитися з безліччю інформацією про Львівщину, з уст архітектора Львову.

Висновок до розділу 2

На основі розглянутого можна стверджувати про те, що архітектура є популярною темою у сучасних медіаматеріалах нашої країни. Статті платформ, журналів, газет, блогів не тільки подають інформацію і новини про мистецтво Львівщини, але й виділяють окреме місце архітектурним пам'яткам та подіям, що пов'язані з ними. Архітектура охоплює місця, заповнює їх, без неї не можна їх уявити. Жоден пересічний громадянин чи турист не пройде повз архітектурних пам'яток, адже вони є оточенням.

Любителі мистецтв охоче знаходять інформацію про відвідуване місто на туристичних платформах, де все подається привабливо, і якнайскоріше прагнуть туди потрапити, аби побачити все на власні очі. Але «неідеалізовані» новини про те, що відбувається з мистецтвом у містах, подаються на порталах міста: там можна знайти історію пам'ятки, її можливу реставрацію, відношення громадян та діячів щодо неї. Блогери мають змогу висловлювати свою думку, до якої якнайчастіше прислуховуються туристи, але не завжди можуть донести правильно інформацію, підробивши її під свій лад.

Зважаючи на це, можна сказати, що туристичні інтернет-платформи, блоги, спільноти та портали, з якими ми працювали в роботі, характеризують туристичні об'єкти неоднаково, вдаючись до великої кількості характеристик, які так чи інакше враховують туристи при виборі туристичного об'єкту, який збираються відвідати, незважаючи на те, в якому регіоні України знаходиться туристичний об'єкт.

РОЗДІЛ 3

МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ЛЬВОВІ

3.1. Можливості розвитку туристичної діяльності у місті Львові

Можна реалізувати безліч ідей, щодо підвищення туристичної діяльності міста Лева. Однією з них є реалізація заходів, що спрямовані на залучення іноземних туристів. З одного боку необхідно й надалі активно виконувати промоції міста, як туристичного регіону – розміщувати інформацію про туристично-рекреаційні можливості регіону у провідних медіа-каналах, авторитетних туристичних ЗМІ, брати участь у виставкових і презентаційних заходах, застосовувати нові канали просування та продажу туристичних послуг -соцмережі, туристичні сайти, мобільні додатки й ін.

Іноземний турист має чути про Львів, про незабутні можливості відпочинку. Про те, що у цьому регіоні є загадкові історичні місця, гарна архітектура, національна кухня, етнічна самобутність та народні традиції проведення свят. Усі перелічені складові мають бути застосовані в поєднанні із європейським рівнем сервісу й помірними цінами, що нададуть можливість привабити іноземця.

Більшість в'їзних мандрівників – із держав СНД, невелика частина з європейських держав, а найбільша – поляків. І тут необхідно пропонувати той туристичний продукт, який буде їм цікавий. Наприклад, екскурсії слідами польської історичної й культурної спадщини. Так, в Дрогобичі відкрито музей Бруно Шульцу, кожного року проводиться Шульцфест, що відвідує чимало поляків. Тобто необхідно утворювати конкурентоспроможний туристичний продукт, збільшувати його якість і розширювати асортимент туристично-рекреаційних послуг.

Із метою рівномірного застосування туристично-рекреаційних можливостей Львівщини, варто активізувати туристичну діяльність у малих містах та районах Львівської області. Як показує досвід міста, доходи від

туристичної діяльності можуть бути чималими. Наприклад, за підсумками 2017 року 2,6 млн. мандрівників витратили у Львові 615 млн. євро, надходження в місцевий бюджет від туристичної сфери збільшилися на 81% й склали 128,25 млн. грн.

Тому для мерів інших міст, голів селищних та сільських рад це має бути орієнтиром.

Наприклад, у Дрогобичі знаходиться унікальна солеварня, аналогів якій немає в Європі. Однак нині підприємство із тисячолітньою історією практично розвалюється. Якщо інвестувати кошти у реконструкцію солеварні, зробити музей, то це могло б стати родзинкою міста, привабити значний обсяг мандрівників не тільки з України, але й з-за кордону.

3.2. Пропозиції щодо популяризації архітектури міста Львів

Для успішної популяризації архітектури у Львові ми розробили перелік певних пропозицій задля туристичної привабливості.

По-перше, необхідно інформувати про продукти та послуги міста. Розробивши нові напрями і оптимізувавши старі, необхідно донести інформацію до старих клієнтів, тобто туристів і також потенційних туристів.

По-друге, створити образ престижної компанії, із гнучкою ціновою політикою, цікавими та затребуваними напрямками. Туристичні фірми Львівщини можуть продавати VIP-тури для туристів, так й пропонувати економ-варіанти. Як правило, найбільш затребувані послуги мандрівників з доходами вищими за середні.

По-третє, зберігати та осучаснювати туристичні маршрути, послуги, які вже наявні і популярні.

По-четверте, створити сприятливе інформаційне поле про регіон, його архітектурну спадщину, порівняно з іншими.

П'яте, реставрувати пам'ятки архітектури осучаснено, але й максимально зберігаючи їх первинний вигляд та стан. Подавати архітектуру та можливість пізнати її людям з певними вадами, задля популяризації цього

виду мистецтва серед всіх громадян та туристів.

Беручи до уваги сезонність надання туристичних послуг у Львові, більшість рекламних оголошень мають працювати на випередження попиту. Наприклад, понад половину туристів приймають рішення про відпустку за півтора місяці, одна третя частина приймає рішення за декілька тижнів до поїздки і лише близько десяти відсотків користуються турами, що горять. Будь-яке рекламне оголошення має бути ємним, щоб бути сприйнятим, зрозумілим і запам'ятовуваним.

Реклама туристичних напрямків Львова в Інтернеті є найдешевшим способом заявити про себе. Вона дозволяє вибірково та миттєво інформувати цільову аудиторію. Збільшення збуту в туристичній галузі Львові залежить від орієнтації на споживачів, тобто мандрівників. Організації пропонують подарунки, знижки та сувеніри.

Ринок туристських послуг Львівщини відрізняється досить сильною конкуренцією, перенасиченістю пропозиціями, як і в усьому світі. На конкурентну боротьбу впливають такі фактори:

- туристичні підприємства змушені боротися за клієнтів, при цьому застосовуючи нові маркетингові ходи;
- туристичні організації, що пропонують аналогічні послуги;
- запровадження вдалих стратегічних маневрів інших країн також ініціатив конкурентів;
- вирівнювання цін на послуги в туристичній сфері, що дозволяє туристам обрати підприємство, що надає найбільше бонусів.

Переважно клієнти орієнтуються на відгуки в мережі Інтернет, сувенірну продукцію, надання в готелях дрібних бонусів, предметів із символікою туристичної організації, фінансування поїздок під помірний відсоток й безкоштовні ваучери. Просування туристських товарів, предметів та послуг створюють лояльність клієнтів до туристичного підприємства, призводять до впізнання «бренду». Дане явище підвищує вартість туристичного продукту над ринком. Формування іміджу ведеться із акцентом

на інтереси споживача. Організація декларує продаж товарів й послуг, виходячи із інтересів клієнтів, а не тільки із метою отримання прибутку.

Різноманітні стимули надають досить недовге зростання придбання послуг та товарів. Даний процес є додатковим елементом просування туристичних товарів. Оскільки постійно запропоновані, наприклад, знижки, змушують туристів задуматися про якість послуг у ситуації, коли ціни нижчі за середні.

Туристична організація має бути готовою надати туристу як нові маршрути, так і перевірені тури. Робиться усе можливе, щоб поїздка пройшла зручно та насичено. Для цього застосовуються різні типи трансферу, підбираються оптимальні готелі для туристів із різних цінових категорій. Виходячи з власного бюджету, потенційний клієнт може підібрати кращий варіант мандрівки.

Загалом туристичні організації надають однакові послуги. Додатковими послугами в просуванні туристичного продукту є можливість:

- страхування всіх типів: медичного, багажу, від невіїзду;
- бронювання та купівля авіаквитків в усіх напрямках;
- надання індивідуальних перекладачів й гідів;
- надання транспортних послуг.

До методів просування туристичних товарів та послуг, які враховують зацікавленість людей можна віднести:

- акції в міжсезонний період;
- дисконтні клуби, що пропонують знижки для покупців туру;
- продаж турів, які горять, за зниженими цінами;
- стимулювання мережі агентів, шляхом підвищення відсотку нараховувати бонуси.

Для підприємства, що працює в туристичній сфері, потрібно чітко розуміти потреби цільової аудиторії за допомогою інтернет-маркетингу. Аналіз діяльності конкурентів у туристичній галузі дозволяє використати шляхи, які приносять конкурентам більший прибуток. Не можливість їх

використання визначає недоотримання прибутку.

Туристичний імідж Львова є сукупністю символічно-виражених, емоційних та раціональних уявлень про своєрідність й специфіку міста. Це асоціація, яка виникає у свідомості споживачів туристичних процесів та продуктів при розгляді Львівщини, як на пряму подорожі та проведення дозвілля.

Виходячи із даного твердження, при концепції формування іміджу необхідно дотримуватись даних умов:

1. Внутрішній імідж Львова повинен відповідати зовнішньому.
2. Імідж Львова повинен відповідати початковому рівню розвитку країни.
3. На первинній стадії формування, імідж, що пропонується на зовнішньому ринку, повинен відповідати даному етапу розвитку суспільства, для недопущення невідповідності фактичному рівню розвитку Львову.

Важливим є чітко спланована брендингова компанія.

Висновок до розділу 3

Напрями туризму можуть бути найрізноманітнішими: організація фестивалів, культурних подій, свят локальної кухні, різних ярмарок, утворення екскурсійних маршрутів історичними, культурними та сакральними спорудами регіонів. Місцевим органам влади варто проаналізувати туристично-рекреаційні можливості власних територій й розробити стратегії їхнього розвитку.

Необхідно створити такі підстави для створення туристичного бренду Львову, які зміцнять матеріально-технічну базу регіону, туристичної діяльності, покращать туристичну інфраструктуру.

ВИСНОВКИ

Було проведено дослідження над українськими сучасними медіаматеріалами, у яких подається інформація про архітектуру Львівщини, як елементу туристичної привабливості – це платформи, блоги, портали туристичного спрямування. За результатами аналізу виявлено різницю між подачею інформації одного й того самого регіону (Львівщина). На туристичній платформі «LVIV.Travel» інформація подана задля зацікавленості клієнта, натомість портал Львівської міської ради подає реалії сьогодення в світі архітектури і мистецтв, показуючи всі прогреси і застої, які відбуваються у регіоні, прагнучи залучити діячів та отримати підтримку громадян.

Спільними у цих медіаматеріалах є відкриті коментарі, для того, аби туристи міста та жителі залишали свої побажання, обмінювалися враженнями від певного місця та атмосфери загалом; подається детальна інформація про туристичні об'єкти та прикріплене фото/відео до неї, а також інтерактивні карти розташування них; туристичний портал «LVIV.Travel» пропонує туристам міста карту, яка є певною знижкою для конкретних подій та закладів мистецтва, що є привабливим для бажаючих відвідати Львів; у використаному відеоматеріалі про архітектуру Львову цікавим є той факт, що аналізує цей вид мистецтва сам представник архітектури, зробивши рейтинг реставрованих об'єктів, що точно треба відвідати.

Величезне значення у формуванні іміджу Львівської області мають ЗМІ та медіа. Саме вони представляють регіон у всій красі, доповнюючи це детально та інформативно-наповнено. Особливо важливо для Львівського туристичного регіону те, як його сприймають потенційні туристи. Стабільна політична ситуація, високий рівень сервісу, сприятливий клімат, доповнений прекрасними пейзажами, розвинута інфраструктура, схожість з Європою (що є комфортним для іноземців), автентичність та старовинність в архітектурі та мистецтві в цілому – це все робить Львівську область туристично-

привабливою. І тому саме медіаматеріали створюють про область правильні уявлення, що, звичайно, відповідає дійсності. Збільшується туристичний потік на заході України (Львівщина конкретно) із розвитком туристичних блогів, ЗМІ та інших сучасних медіа, які правильно та чесно подають матеріали для бажаючих відвідати конкретне місто і місце.

Підсумовуючи, можна сказати, що туризм та архітектура – є вдалим поєднанням, яке не втрачає актуальності серед українців, а сам розвиток туристичної сфери в Україні наразі є питанням, яке необхідно вирішувати і удосконалювати. Адже на сьогоднішній день набуває популярності туризм в ЗМІ та медіа, що є сферою практичної діяльності, яка продукує інформацію про поїздки, заохочує людей подорожувати, досліджувати власну країну, історію, літературу, архітектуру та політичний устрій. Тенденції цього розвитку носять позитивний характер.

Подорожі й туризм утворюють робочі місця, стимулюють зріст експорту послуг, підтримують внутрішні й міжнародні бізнес-зв'язки. Комунікація туристичних компаній із громадянами відбувається через медіа: телепередачі, сайти, газети, журнали та блоги, що роблять матеріали про туристичні заходи, публікують реклами, рейтинги кращих туристичних компаній.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Архітектура середньовічного Львова [Електронний ресурс] // LVIV. Travel. – Режим доступу : <https://lviv.travel/ua/news/arkhitektura-serednovichnogo-lvova>
2. Львівщина як перспективний регіон України для розвитку туризму та рекреації [Електронний ресурс] // Туристична бібліотека. – Режим доступу : https://tourlib.net/statti_ukr/pavlish.htm
3. Полковниченко С. О. Привабливість України на європейському ринку туристичних послуг [Електронний ресурс] / С. О. Полковниченко // Електронне наукове фахове видання “Ефективна економіка”. – 2020 (січень). – С. 6-7. – Режим доступу : http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2020/80.pdf
4. Проблеми розвитку галузі туризму у Львівській області [Електронний ресурс] // Режим доступу : http://agrarianeconomy.kl.com.ua/agrarianeconomy/images/docs/ae_2018_11_3-4/8.pdf
5. Рекреаційно-туристичний потенціал регіонів України: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку [Електронний ресурс] / матеріали IV Всеукр. наук.-практ. Інтернетконференції. – 2020 (травень). – Луцьк : Терен, 2020. – 108 с. – Режим доступу : https://turizmliol.files.wordpress.com/2021/01/d097d0b1d196d180d0bdd0b8d0ba-d182d0b5d0b7_20.pdf
6. Роль ЗМІ у формуванні туристичного іміджу [Електронний ресурс] // Режим доступу : file:///C:/Users/HP/Downloads/gt_2010_8_35.pdf
7. Сприяння розвитку культури в Україні: дослідження зв'язків культурно-мистецької сфери та туристичної привабливості територій [Електронний ресурс] // Режим доступу : <http://dialog.lviv.ua/wp-content/uploads/2020/10/kоротка-bez-nomeru.pdf>
8. Теоретичні засади дослідження туристично-рекреаційного потенціалу

[Електронний ресурс] // Режим доступу : http://psae-jrnl.nau.in.ua/journal/1_75_1_2020_ukr/7.pdf

9. Тематична спрямованість Туристичних медіа [Електронний ресурс] // Режим доступу : https://obraz.sumdu.edu.ua/wp-content/uploads/2020/08/Obraz_133_2020_Shevchenko_Malysh.pdf

Досліджувані видання та інтернет-ресурси

10. «LVIV.Travel» [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://lviv.travel/ua/lviv-tic>

11. Ukraïner [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://ukraïner.net/expedition/>

12. Архітектура та урбаністика [Електронний ресурс] // Львівська міська рада. – Режим доступу : <https://city-adm.lviv.ua/news/culture/architecture-and-historic-heritage>

13. “Архітектурна журналістика”: як локальні медіа пишуть про архітектуру [Електронний ресурс] // The Lede. – Режим доступу : <https://www.thelede.media/istorii/2021/03/30/2573/>

14. Відомий японський архітектор співпрацюватиме зі Львовом у створенні тимчасового житла нового формату [Електронний ресурс] // Львівська міська рада. – Режим доступу : <https://city-adm.lviv.ua/news/culture/architecture-and-historic-heritage/293325-vidomyi-iaponskyi-arkhitektor-spivpratsiuvatyme-zi-lvovom-u-stvorenni-tymchasovoho-zhytla-novoho-formatu>

15. Львів на дотик [Електронний ресурс] // Ukraïner . – Режим доступу : <https://ukraïner.net/lviv-na-dotyk/>

16. Львів сканує пам’ятки архітектури [Електронний ресурс] // Ukraïner . – Режим доступу : <https://ukraïner.net/skanuvannia-pamyatok/>

17. Львів уперше ввійшов до топ-100 туристичних міст світу [Електронний ресурс] // “ГОРДОН”. – Режим доступу : <https://gordonua.com/ukr/news/worldnews/-lviv-vpershe-uvijshov-u-top-100->

turistichnih-mist-svitu-570886.html

18. Національна система туристичної статистики [Електронний ресурс] // Режим доступу : https://www.ntoukraine.org/nsts_analytics_ua.html

19. Паспорт Львівської області [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://lvivoblrada.gov.ua/about-the-council/pasport-lvivskoji-oblasti>

20. Про що розповідає львівське каміння [Електронний ресурс] // “Фотографії Старого Львова”. – Режим доступу : <https://photo-lviv.in.ua/pro-shcho-rozpovidaie-lvivske-kaminnia/>

21. У Львові власник зруйнував цінні архітектурні елементи у пам’ятці на площі Ринок: мерія звернулася до суду [Електронний ресурс] // Львівська міська рада. – Режим доступу : <https://city-adm.lviv.ua/news/culture/architecture-and-historic-heritage/293974-u-lvovi-vlasnyk-zruinuvav-tsinni-arkhitekturni-elementy-u-pamiattsi-na-ploshchi-rynok-meriia-zvernulasia-do-sudu>

22. У Львові зупинили заміну автентичних вікон на металопластикові у будинку-пам’ятці архітектури [Електронний ресурс] // Львівська міська рада. – Режим доступу : <https://city-adm.lviv.ua/news/culture/architecture-and-historic-heritage/293868-u-lvovi-zupynyly-zaminu-avtentychnykh-vikon-na-metaloplastykovi-u-budynku-pamiattsi-arkhitektury>

23. У Львівському скансені завершилася реставрація найбільшого об’єкту під гонтовим дахом [Електронний ресурс] // Львівська міська рада. – Режим доступу : <https://city-adm.lviv.ua/news/culture/architecture-and-historic-heritage/294052-u-lvivskomu-skanseni-zavershylasia-restavratsiia-naibilshoho-obiektu-pid-gontovym-dakhom>

24. У парку Франка реставрують 200-річну ротонду [Електронний ресурс] // Львівська міська рада. – Режим доступу : <https://city-adm.lviv.ua/news/culture/architecture-and-historic-heritage/293956-u-parku-franka-restavruyut-200-richnu-rotundu>

25. Як реставрують Львів [Електронний ресурс] // Режим доступу : https://www.youtube.com/watch?v=eQPZZSa_cfQ

26. YouTube-канал «CHAPLINSKY VLOG» [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://www.youtube.com/@CHAPLINSKYVLOG>

27. “Програма розвитку туризму та рекреації у Львівській області на 2011-2013 роки” [Електронний ресурс] // Режим доступу : <https://refdb.ru/look/1266320.html>