

## Free walking tour як засіб актуалізації міського патріотизму

Марина Шевчук –

старший викладач кафедри  
соціології Дніпропетровського  
національного університету  
імені Олеся Гончара,  
Дніпро, Україна.  
E-mail: maryna.msh@gmail.com

Free walking tour як форма вільних, безкоштовних екскурсій містом є відносно новою туристичною практикою, котра через м'які форми її реалізації – демократичність, дружність, інтерактивний характер, вільний характер участі, доступність місць екскурсії – володіє потенціалом актуалізації міського патріотизму. Задля вивчення такої можливості free walking tour проведено низку нарративних інтерв'ю з учасниками екскурсій у м. Дніпро (липень 2016; усього опитано 20 інформантів, місцевих мешканців, здебільшого молодого віку, із них – 10 чоловіків та 10 жінок). За результатами аналізу вражень від екскурсії помічено посилення почуття солідарності інформантів із жителями міста, набуття та актуалізацію мережевого капіталу. Активну авторефлекцію себе як члена єдиної спільноти відображено як у відгуках на екскурсію, так і у фотознімках, зроблених протягом заходу. За фотосюжетами виділено різноманітні форми візуалізації патріотизму: відновлення та створення нової міської атрибутики; побудова унікальних споруд; реставрація старих і створення нових пам'яток культури тощо. Виявлено, що унікальний туристичний ландшафт міста, із яким уже пов'язують себе його мешканці, полягає в тому, що історичні об'єкти Дніпра поділяють вплив «туристичного погляду» із сучасними об'єктами.

Received: October, 2016  
1<sup>st</sup> Revision: October, 2016  
Asseped: November, 2016

**Ключові слова:** туризм, free walking tour, туристичний погляд, міський патріотизм.

**Shevchuk Maryna. Free Walking Tour as a Way of Urban Patriotism Actualization.** The paper deals with some aspects of free city tours as a modern tourism practice and the features of its introduction in Ukrainian cities, special its impact on cities inhabitants. For this purpose there was made a series of interviews with the participants of such tourism practice in the Dnipro. Based on this study there author describes such free walking tour effects as updating urban identity of participants such excursions, increased feelings of confidence and feelings of co responsibility for the city's future with others inhabitants. Analysis of informants' photos that were made during the free walking tour allowed selecting groups of objects in the visual patriotism at Dnipro. There are urban symbols, unique buildings of the city, important infrastructure facilities, old and new monuments of history and culture.

It shown that the free walking tour as a modern touristic practice is the effective means of local patriotism stimulation. Given the fact that the key factors of choosing such excursions is existent interest to hometown and patriotic feelings, the author affirms that free walking tour does not form patriotism of townspeople, but actualize it.

**Key words:** tourism, free walking tour, tourist gaze, urban patriotism.

**Шевчук Марина. Free walking tour как способ актуализации городского патриотизма.** Бесплатные пешеходные экскурсии free walking tour являются относительно новой туристической практикой, основанной на идеологии свободы выбора, свободы передвижения и путешествий, доступных каждому, которая сложилась в ответ на интенсивное развитие индустрии туризма в современном мире.

Чтобы изучить специфику free walking tour в условиях современного украинского города, проведена серия нарративных интервью с участниками таких экскурсий в г. Днипро в июле 2016 г. (всего опрошено 20 информантов, местных жителей, в основном молодого возраста, из них – 10 мужчин и 10 женщин). По результатам анализа впечатлений от экскурсии отмечено усиление чувства солидарности информантов с жителями города, приобретение и актуализация сетевого капитала, а также активная авторефлексия себя как члена городского сообщества. При анализе фотоснимков, сделанных информантами в ходе экскурсий, выделены такие формы визуализации патриотизма, как восстановление и создание новой городской атрибутики; построение уникальных сооружений; реставрация старых и создание новых памятников культуры.

**Ключевые слова:** туризм, free walking tour, туристический взгляд, городской патриотизм.

**Постановка наукової проблеми та її значення.** Сучасний туризм у процесі свого історичного розвитку набув складної та розгалуженої структури, численних форм реалізації та пронизують собою різноманітні сфери життя суспільства, впливаючи як на розвиток окремих

соціальних структур, так і на формування сучасної особистості. Тому не дивно, що складність і багатоаспектність такого феномену, як туризм, зумовлює міждисциплінарний характер його дослідження. Так, туризм перебуває у фокусі уваги економістів, географів, філософів, психологів, правознавців, соціальних антропологів та соціологів.

Соціологічний підхід уключає численні статті й окремі наукові дослідження представників соціології туризму та подорожей: С. Коена, Д. Маккенела, Д. Херрісона, Д. Бурстіна, Д. Уррі, З. Роджека, У. Ханнерза, Дж. Фроу, Н. Граберна. Велике значення мають також соціологічні концепції Ч. Мілса, Х. Ортеги-і-Гассета, Г. Маркузе, З. Баумана, Е. Гідденса, що містять філософсько-соціологічний аналіз процесів, пов'язаних із феноменом подорожей і туризму.

В Україні інтерес до соціокультурного аналізу феномену туризму активізувався лише останнім часом. Серед основних проблем, які розкриваються українськими дослідниками, можна виділити роль туризму як важливого чинника взаємного зближення та культурної взаємодії народів (В. Антоненко, В. Лях), засобу розвитку моральної та екологічної свідомості, осмислення буття людини (І. Зязюн, О. Левицька), впливу на політичну культуру політичних еліт різних держав сучасного світу (Ф. Рудіч). У роботах цих соціологів містяться різні інтерпретації впливу феномену туризму в соціокультурному просторі на глобальному рівні, національному, рідше – регіональному. І лишається потреба в дослідженні впливу туризму на локальну спільноту окремого міста, зокрема на ідентифікаційні стратегії містян.

**Мета статті** – розглянути можливості актуалізації патріотичних почуттів мешканців міста за допомогою туризму, зокрема через free walking tour як одну із сучасних туристичних практик.

**Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження.** Free walking tour – це оглядові піші екскурсії містом, які здійснюються волонтерами або некомерційними організаціями як альтернатива тим, що є частиною комерційних пакетних турів. Вони не передбачають заздалегідь установленної плати, але вітають благодійні внески по закінченню екскурсії на розсуд учасників. Назву «free walking tour» уперше застосовано в Берліні у 2004 р. й відтоді вона є спільною для всіх послідовників такої екскурсійної стратегії та не перекладається національними мовами, лишаючись інтернаціональним символом вільного туризму [1]. Можна навіть розглядати free walking tour як туристичний соціальний рух, який має на меті підтримку й поширення саме такої туристичної практики, що ґрунтується на ідеології свободи вибору та свободи пересування, які сповідують й інші сучасні туристичні практики, наприклад такі, як коучсерфінг. І хоча free walking tour використовують також і з комерційною метою (організатори free walking tour часто пропонують різні комерційні послуги, такі як трансфер, розваги, тематичні та індивідуальні екскурсії, тощо), найчастіше гідів free walking tour можна порівняти з вуличними артистами, які розважають перехожих і пропонують їм пожертвувати певну матеріальну нагороду.

Якщо говорити про традиційне визначення туризму в соціології, то М. Шульга визначає його як соціальне явище. Із погляду значимості його змісту для особистості – це різноманітна за формами людська активність, що полягає у фізичному переміщенні людини на великі відстані, тобто освоєння й підкорення географічного простору [2, с. 196]. Проте, якщо зважити, що в процесі туристичних практик особистість взаємодіє не лише з географічним простором, а й із природним загалом, а також культурним і соціальним, до того ж цей простір якісно відмінний від звичного ареалу життя туриста, від місця його проживання, тому більш доцільним видається таке визначення: туризм – простір соціальної взаємодії, що складається із сукупності динамічних процесів, пов'язаних із добровільною тимчасовою зміною індивідами чи соціальними групами постійного місця проживання, режиму звичного життя в умовах нового навколишнього середовища, унаслідок чого виникають нові зв'язки з природним, культурним, соціальним середовищем.

Але постає питання: яким чином тоді ми можемо називати туристичними практиками free walking tour, тобто екскурсіями містом, такими нетривалими за часом та настільки наближеними до постійного місця проживання, що можуть відбуватися зовсім поряд від дому чи місця роботи, уключати екскурсії сусідньою вулицею?

На наше переконання, справа в характері емоційних переживань зміни оточення, зміни погляду на нього з повсякденного на позабуденний. Британський соціолог Дж. Уррі назвав цей процес «туристичним поглядом», позначаючи ним особливість сприйняття навколишнього простору особистістю під час здійснення туристичних практик. Навіть найбуденніші речі сприймаються допитливо і яскраво в пошуках пам'яток, сувенірів, місць для яскравих та неповторних фото [3, с. 147].

Отже, туризм – це не лише освоєння різних видів зовнішнього простору (географічного, культурного, соціального, політичного), це форма реалізації особистості. Повсякденне буття людини обмежене місцем проживання, районом пересування між робочим місцем, магазинами, закладами обслуговування й домівкою, а туризм – виклик повсякденному та звичному, пересічному й обридлому. Він вабить у невідоме, непізнане та небачене й дає змогу іншим поглядом («туристичним») подивитися на власне буденне оточення.

У липні 2016 р. для вивчення специфіки локальних туристичних практик містян нами проведено 20 нарративних інтерв'ю. Інформантами виступали учасники безкоштовних туристичних заходів, екскурсій містом Дніпро Free walking tour. Усі вони були його мешканцями, здебільшого молодого віку (лише один інформант – віком 56 років), із них – 10 чоловіків і 10 жінок.

Аналізуючи отримані інтерв'ю, ми можемо виділити декілька загальних аспектів впливу на актуалізацію патріотичних установок.

Насамперед, помічено посилення почуття солідарності, про що свідчить рясне використання всіма інформантами займенників «ми», «наші» в словосполученнях «наше місто», «ми маємо пишатись», «ми маємо більше вивчати історію рідного краю» та ін. При уточненні, кого саме мають на увазі, інформанти зазначали – усіх мешканців міста, але також часто додавали й «ми – це й група екскурсантів». Відзначали появу нових знайомств і дружніх стосунків протягом екскурсії. Тобто як ще один важливий наслідок таких заходів ми можемо відзначити набуття мережевого капіталу. Джон Уррі у своїй роботі «Мобільності» визначає його як здатність породжувати та підтримувати соціальні відносини з людьми, що не обов'язково перебувають у географічному сусідстві, отримуючи від цих відносин емоційні, фінансові або практичні вигоди [4, с. 382]. Соціальні групи з великим мережевим капіталом користуються значними перевагами в процесі налагодження й переналадження соціальних зв'язків, отримуючи від них високі емоційні, фінансові та практичні вигоди, і не зводяться до отримуваних від того, що Бурд'є назвав економічним та культурним капіталами.

Також важливим результатом місцевого туризму є авторефлексія місцевим населенням себе як єдиної спільноти. Центральним елементом будь-якої спільноти є автонаратив, через туризм він успішно актуалізується. Так, уже згаданим «туристичним поглядом» наділено не лише самих туристів, але й місцевих мешканців, які в очікуванні на гостей оцінюють звичні ландшафти на предмет туристичного інтересу.

У просторі міста образи різних окремих місць, ландшафтів, національних емблем і символів набувають великої ваги та значення, оскільки формуються самими мешканцями водночас для презентації себе гостям міста й для себе особисто.

Дніпро досить цікавий і показовий для аналізу з цього приводу, оскільки власне туристичність для нього не є характерною рисою. До початку 90-х він був так званим «закритим для іноземців містом» через розміщення в ньому ракетного виробництва, але навіть зі зміною статусу офіційні органи влади не ставили собі за мету розвивати його туристичний потенціал. В офіційних зверненнях голови міста ми потрапляємо на метафори «Дніпропетровськ – ділова столиця України», «Місто, комфортне для життя», проте не йдеться про його туристичну привабливість і потребу її розвивати.

Але все ж такі стихійні процеси розвитку туристичної сфери, як поява в Дніпрі free-walking-турів, збільшення кількості коучсерферів із Дніпра, виникнення таких проектів спільнокошту, як «Квартал мистецтв», залучають усе більше й більше звичайних мешканців міста до участі в його туристичній розбудові та рефлексії над його простором для презентації іншому.

Окрім самого інтерв'ю, ми попросили наших інформантів поділитися фотографіями, зробленими під час екскурсій. Їх сюжети дали змогу виділити різноманітні форми візуалізації патріотизму:

- відновлення та створення нової міської атрибутики. Так, поставлені цього року на Січеславській набережній великі літери I-LOVE-Dnipro та їх аналог – рекламний стенд компанії «Київстар» на центральній площі міста – були на всіх фотографіях інформантів. Цікаво, що сама конструкція цих об'єктів уможливило фотографування не лише на фоні надпису, але й убудовування себе в цей напис, чим і користувалася більшість наших респондентів;
- побудова унікальних споруд. Унікальними є місцеві об'єкти, ті, із якими місцеві мешканці пов'язують унікальність свого регіону. Серед них традиційно наявні історичні об'єкти, архітектурні, природні. Дніпро також має й новітні об'єкти, цікаві для туристичного погляду.

Так, у жовтні 2012 р. в місті відкрито Культурний єврейський центр «Менора». На перший погляд, ця подія стосується не зовсім української національної ідентичності. Але так було б, якби йшлося про національне лише в етнічному зрізі, а не в державно-політичному. Тож, на нашу думку, підкреслення унікальності цього культурного центру, відзначення його як «найбільшого у світі» та розміщення його саме в місті Дніпро викликає почуття гордості в місцевих мешканців за своє місто й за свою країну, оскільки саме тут це стало можливим. На підтвердження цього потрібно зазначити, що в день відкриття центр відвідало чимало містян, які до єврейської спільноти не мають відношення.

У жовтні 2013 р. в тодішньому Дніпропетровську відкрито музей «Парк ракет» на підтвердження самопроголошеного звання Дніпропетровська як космічної столиці України, що підкреслює власну унікальність у межах національної спільноти.

Із 2012 р. організовуються регулярні безкоштовні екскурсії на завод «Інтерпайп Сталь», котрий позиціонується як унікальний у національному масштабі, як перший завод у незалежній Україні, що побудований із «нуля» та один із найбільших виробничих комплексів такого типу в Європі й СНД;

- реставрація старих і створення нових пам'яток культури тощо. Об'єкти національного значення напряму пов'язані з національною культурою та історією – національні музеї, театри, художні галереї, які апелюють до співучасті міста в історичному й культурному становленні нації.

У Дніпрі Історичний музей ім. Д. Яворницького активно виконує цю функцію та пов'язує історію міста з прадавніми часами не лише козацької доби, але й часів кочових племен. Цікавим об'єктом для туристичного погляду стали так звані «скіфські баби», дійсну експозицію яких розміщено поряд із самим музеєм і репліки на яких ми можемо побачити серед сучасного оформлення відремонтованих дніпропетровської набережної та скверу Небесної Сотні. Цей факт демонструє спробу міцніше нас прив'язати до нашої прадавньої історії на «банальному», повсякденному рівні.

**Висновки та перспективи подальших досліджень.** Бачимо, що туристичному погляду в місті Дніпро доступні об'єкти репрезентації місцевої та національної ідентичності в різних зрізах, які демонструють історичний, культурний, природний, промисловий, спортивний образи не просто міста, а міста, інтегрованого в загальногромадянські процеси. Але важливо зазначити, що екскурсії містом приваблюють не всіх мешканців міста – часто цей вибір є наслідком вже існуючого інтересу до рідного міста й патріотичних почуттів. Тому некоректно говорити про формування силами туризму патріотичних настроїв. Але, на нашу думку, доцільно говорити про їх актуалізацію, оскільки туристичні практики дають змогу знаходити все більше приводів для гордості за своє місто, регіон, країну та з більшою рішучістю ідентифікувати себе з побаченим, зі своїм історичним, культурним і соціальним оточенням.

#### *Джерела та література*

1. Rosenthal R. Freetoursnetwork: the largest collection of free tours in the world [Electronic recourse]. – 2016. – Mode of access : <http://www.freetoursnetwork.com/concept>
2. Шульга М. Освоєння особистістю соціокультурного простору життя через туризм / М. Шульга // Соціальний ареал життя особистості. – К. : Ін-т соціології НАН України, 2005. – С. 195–220.
3. Урри Дж. Взгляд туриста и глобализация / Дж. Урри // Массовая культура: современные западные исследования. – М. : Фонд науч. исследований «Прагматика культуры», 2005. – С. 136–150.
4. Урри Дж. Мобильности / Дж. Урри ; пер. с англ. А. В.Лазарева. – М. : Издат. и консалтинг. группа «Праксис», 2012. – 576 с.

#### *References*

1. Rosenthal, R. (2016), *Freetoursnetwork: the largest collection of free tours in the world*, <http://www.freetoursnetwork.com/concept>
2. Shulga, M. (2005), “Person's development of social and cultural life through tourism space”, *Social area of a person's life*, Kyiv : Institute of Sociology, NAS of Ukraine, Pp. 195–220.
3. Urry, J. (2005), The Tourist Gaze and globalization, *Mass culture: modern Western research*, Moscow: Research Foundation «ArtPragmatica», Pp. 136–150.
4. Urry, J. (2012), *Mobilities*, transl. by Lazarev, A. V., Moscow : «Praxis», 576 p.