

ІНГА КОЗЛОВА,

кандидатка соціологічних наук, доцентка кафедри соціології Українського католицького університету, завідувачка Соціологічної лабораторії (79011, Львів, вул. Іл. Свенціцького, 7)

INHA KOZLOVA,

PhD in Sociology, Associate Professor, Department of Sociology, Ukrainian Catholic University, Head of the Sociological Laboratory (7, Svetsitskyi St., Lviv, 79011)

k.inha@ucu.edu.ua

<https://orcid.org/0000-0002-6226-4402>

Культурна спадщина Львівщини: (візії експертних середовищ)

До 24 лютого 2022 року в Україні точилися дискусії про культурну спадщину, матеріальну та нематеріальну, а також про шляхи роботи із нею. Ці обговорення мали на меті пошук нових підходів у роботі зі надбаннями поколінь або ж просто винесення на порядок денний потреби в роботі з ними. Якщо говорити про кейс Львівщини, то ці дискусії вилились у відбір об'єктів для роботи/відновлення. До участі у Програмі «Велике будівництво», яка мала розпочатися в Україні у 2021 році й передбачала реставрацію знакових об'єктів культурної спадщини, Львівська область відібрала 16 об'єктів. За типологією ці об'єкти поділяються на кілька груп: 1) городища, визначні місця; 2) оборонні комплекси (замки та монастирі); 3) палаци, палацово-паркові комплекси та адміністративні будівлі; 4) муровані храми (церкви та костели); 5) дерев'яні церкви.

Більшість об'єктів із цього списку перебувають у державній власності (на балансі Департаменту архітектури та розвитку містобудування Львівської ОДА), однак вони не використовуються повноцінно місцевими громадами та не є активними туристичними локаціями. Запропоновані до переліку об'єкти культурної спадщини потребують не лише реставраційних робіт, а й, передусім візії залучення їх у культурне й економічне життя локальних громад, спільноти Львівської області та України в цілому, а також створення умов для забезпечення їхньої конкурентоспроможності як туристичних об'єктів. У процесі роботи над об'єктами культурної спадщини було вирішено у межах одного з етапів реалізації проекту провести соціологічне дослідження, а саме низку експертних глибинних інтерв'ю з архітекторами та архітекторками, менеджерами та менеджерками культури, а також працівниками та працівницями галузі туризму

Цитування: Козлова, І. (2022). Культурна спадщина Львівщини: (візії експертних середовищ). *Соціологія: теорія, методи, маркетинг*, 4, 76–89, <https://doi.org/10.15407/sociology2022.04.076>.

як сторонами, які в той чи інший спосіб працюють або саме з цими об'єктами культурної спадщини Львівщини, або ж з об'єктами такого типу. Упродовж березня — червня 2021 року було проведено 20 напівструктурованих глибинних інтерв'ю з експертками та експертами у галузях¹:

- туризму (6 інтерв'ю);
- архітектури (8 інтерв'ю);
- менеджменту культури (6 інтерв'ю).

Кожна група була максимально диверсифікована, щоб на виході отримати якнайширшу та найрізноманітнішу інформацію.

Метою цього дослідження є спроба концептуалізації (на підставі матеріалів згаданого вище дослідження) роботи зі спадщиною у період до повномасштабного вторгнення Росії в Україну, а також коротка дескрипція ситуації під час війни та гіпотезування про подальшу роботу із цим феноменом у майбутньому, в повоєнний період.

Теоретичною рамкою статті є теорія конструкціонізму, адже в тексті буде йтися про присвоєння, відновлення та конструювання нових функцій, задля повернення життя закинутим об'єктам культурної спадщини.

Почнімо з термінів. У 1988 році Президія Верховної Ради УРСР ратифікувала Конвенцію про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини ООН, яку остання ухвалила ще 1972 року. Згідно з цією конвенцією, під культурною спадщиною розуміють:

- **пам'ятки** — твори архітектури, монументальної скульптури й живопису, елементи та структури археологічного характеру, написи, печери та групи елементів, які мають видатну універсальну цінність з точки зору історії, мистецтва чи науки;
- **ансамблі** — групи ізольованих чи об'єднаних будівель, архітектура, єдність чи зв'язок з пейзажем яких є видатною універсальною цінністю з точки зору історії, мистецтва чи науки;
- **визначні місця** — творіння людини або спільні витвори людини та природи, а також зони, включно з археологічними визначними місцями, що є універсальною цінністю з точки зору історії, естетики, етнології чи антропології [Конвенція, s.a.: ст. 1].

Під культурною спадщиною у статті розумітиметься матеріальна її складова, тобто фізичні об'єкти: садиби, палаци, церкви.

Попри те, що дискусії стосовно феномену спадщини точилися у суспільстві вже доволі давно, українських соціологічних досліджень на цю тематику не так

1 Архітектор, чоловік (05.03.21); архітектор, чоловік (16.03.21); архітектор, чоловік (18.03.21); архітектор, чоловік (03.04.21) архітектор, чоловік (12.04.21); архітектор, чоловік (21.04.21); архітектор, чоловік (28.05.21); архітектор, чоловік (09.06.21); працівниця галузі туризму, жінка (24.03.21); працівниця галузі туризму, жінка (07.04.21) працівник галузі туризму, чоловік (13.04.21); працівник галузі туризму, чоловік (20.05.21); працівниця галузі туризму, жінка (01.06.21); працівниця галузі туризму, жінка (10.06.21); менеджерка культури, жінка (28.03.21); менеджер культури, чоловік (03.05.21); менеджер культури, чоловік (06.05.21); менеджерка культури, жінка (07.05.21); менеджер культури, чоловік (16.05.21); менеджер культури, чоловік (18.05.21).

багато. Якщо говорити про кейс Львова, то у 2018 році в рамках проекту *ReHerit* Центром міської історії Центрально Східної Європи та Українським центром вивчення громадської думки «Соціоінформ» було проведено соціологічне дослідження, яке мало на меті окреслити ставлення до культурної спадщини у Львові¹. Пізніше, у 2020-му Інститутом стратегії культури було реалізовано дослідження «Культура у Львові та для Львова», яке мало на меті з'ясувати структуру культурного середовища у Львові, а також процеси, які його формують. Окремим блоком у дослідженні розглядалося питання про спадщину, а саме її осмислення, роботу з нею, відповідальність за її збереження². Матеріали цього дослідження стали основою для статті у виданні *Springer* «Not (our) Heritage: Cultural Milieu and Urban Space of Lviv»³. Таких досліджень, які стосувалися б не лише Львова, могло бути значно більше: на 2022 рік було заплановано програму «Культурна спадщина» від Українського культурного фонду, але дослідження в межах цієї програми не були реалізовані через повномасштабне вторгнення Росії в Україну.

Далі спробую коротко окреслити результати дослідження «Спадщина Львівщини. Візії та функції», реалізованого департаментом архітектури і розвитку містобудування Львівської обласної державної адміністрації спільно з Інститутом стратегії культури за фінансової підтримки Українського культурного фонду (збирання даних та аналіз отриманих результатів здійснено авторкою цього тексту)⁴.

1. Функції пам'яток архітектури у сучасному світі

На підставі аналізу одержаних інтерв'ю можемо говорити про певні візії щодо функцій пам'яток у сучасному світі:

- **Пам'ятка як туристичний об'єкт:** *«Ну, я думаю, напевно, що виконувати якусь роль, як магнітів, притягувати туристів на ту територію. Будуть туристи, буде якийсь розвиток»* (архітектор).
- **Пам'ятка як місце пам'яті:** *«...Коли говорити про пам'ятку архітектури, то тут першим словом від пам'ять — пам'ятка. ... Тому що архітектуру не можна сприймати, як просто, знаєте, об'єм, побудований з цегли, каменю,*

1 Дослідження на підставі фокус-групових дискусій з експертами, які працюють з феноменом спадщини (вчителі/-льки, екскурсоводи, працівники/-ці музейної галузі, представники/-ці влади). Доступне за посиланням: https://reherit.org.ua/wp-content/uploads/2019/09/ReHERIT_Presentation-of-Sociological-survey-on-Heritage-in-Lviv-2018.pdf (11).

2 Дослідження базується на 30 напівструктурованих глибинних інтерв'ю з освітянами/-ками, менеджерами/-ками культури, посадовцями, представниками/-цями бізнесу, керівниками/-цями інституцій культури. Доступне за посиланням: <https://isc.lviv.ua/doslidzennya/kultura-u-lvovi-ta-dlya-lvova/>

3 Стаття доступна за посиланням: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-61765-3_9

4 Більше про проект можна прочитати за посиланням: <https://isc.lviv.ua/projects/>

бетону та скла, — це є просто будівля. А коли говориться про архітектуру, то там є певні смисли» (архітектор).

- **Пам'ятка як місце ознайомлення з історією та культурою, як інструмент комунікації:** «Пам'ятки архітектури — це частина спадщини, яку нам залишили предки, таке саме, як мова, традиції, історія, якісь інші речі, на яких будується взагалі національна свідомість, народ і нація, які об'єднують людей у певні групи, і там, де є спадщина, там є і її спадкоємці, і вони шанують ту землю, де є ця спадщина...» (архітектор).
- **Пам'ятка як локація для проведення заходів:** «Крім того, це можуть бути локації, де можна проводити якісь цікаві речі. За кордоном я бачила, наприклад, на фасаді костелу лазерне шоу. Це неймовірно гарно і цікаво, і воно людей приваблює, притягує» (працівниця галузі туризму).

Візії є різними, однак поєднує їх одне — респонденти/-ки зазначають, що пам'ятка має жити, навіть якщо її функція/-ї змінилась/-ися, тобто у процесі реконструкції та/чи переосмислення вона виконує не ті функції, заради яких її створювали.

Украй важливим є сам базовий підхід до феномену спадщини, наголошують менеджери культури: або ми розуміємо **спадщину** як щось **мертве і неживе**, тобто: «Це або пам'ятник Шевченку, або Хмельницькому, або Лесі Українці в бронзі, під яким поховано все, що можна поховати. І дуже часто ця культурна спадщина в такому форматі, в такому варіанті якби своєю такою залізобетонною плитою ховає під собою нові покоління» (менеджер культури); або йдеться про **передання традицій наступним покоління**, і «тоді ця культурна спадщина, яка була, стає, передається імпульсами живого в пошуках живого» (менеджер культури).

Таким було загальне бачення функцій спадщини, пам'яток архітектури в сучасному світі з боку наших респондентів та респонденток.

2. Концепції роботи зі спадщиною в Україні та Львівській області

На підставі зібраних даних поговоримо про **загальні** концепції, бачення та стратегії роботи зі спадщиною, зокрема пам'ятками архітектури у такому форматі, як їх бачать архітектори, культурні менеджери/-ки, представники та представниці туристичної індустрії. Почнемо з логістики роботи зі спадщиною.

Опитані культурні менеджери, архітектори та працівниці галузі туризму окреслили доволі чітку послідовність дій у роботі з пам'ятками архітектури, коли ми розглядаємо ревіталізацію їх та присвоєння/повернення їм певних функцій. Насамперед йдеться про **пошук ідеї, «родзинки»** через дослідження історії місця, кожного конкретного об'єкта, кожної конкретної локації: «Відповідно важливо сформувані для кожного з цих комплексів, скажімо, 10 тих особливостей, які би дозволили стати основою для подальшої стратегії. Якщо, наприклад, це Потоцькі, ми розуміємо, що це дуже знакова, важлива родина, яка відіграла неймовірний вплив на Галичині, на Поділлі, загалом на Україні, ось, і яка має вплив і на економічний розвиток, і на культуру, на освіту, на гастрономію» (менеджер культури). На другому етапі важливим є **дослідження стану об'єкта** включно з юридичними аспектами питання (право власності тощо). На третьому — варто

дослідити **активність місцевої громади**, її зацікавленість та готовність включатись у процеси роботи над об'єктами, зокрема в розбудову туристичної інфраструктури, яка створить для представників/-иць громади робочі місця (продаж домашньої харчової продукції місцевого виробництва, сувенірів тощо): *«Перш за все це зайнятість, я не знаю, можливо, це складно трошки показати, що от “Ви, пані Ганю, Ви вмієте гарно випікати дуже смачний хліб, ми всі знаємо, що у вас є п'єц цей старовинний, — давайте будуть туристи сюди приїжджати, а ви будете випікати для них свіженький хліб. А вони будуть купувати цю хлібину за 60 — 80 гривень. А може і за 100 буде хтось купувати»* (працівник галузі туризму). На четвертому етапі варто обрати **менеджера та сформувати команду**, що працюватиме над об'єктом: *«Майстерність цього менеджера, управлінця полягає в тому, як це все максимально розкрити, як зробити доступними недоступні місця, видимими невидимі написи чи якісь об'єкти оригінальні, як подати археологічні знахідки, артефакти в експозиції, щоб це не був просто склад викопаних об'єктів, щоб кожен з них був відповідно описаний і підсвічений, мав свою історію»* (архітектор). Важливою на цьому етапі є інституціоналізація й офіційний статус членів команди, адже волонтерство на громадських засадах не довготермінове: *«Ключову роль в управлінні пам'ятками мають посідати експерти і, напевно, влада, тому що жодна громадська організація, якийсь рух не може забезпечити сталості. Тобто громадські рухи зазвичай тримаються на ентузіастах, на якихось особистостях, які в певний момент вичерпують свій ентузіазм та можливості, — і все це в один момент може зникнути»* (архітектор). Також важливо, щоб участь у процесі роботи над пам'яткою брали фахівці та фахівчині. На п'ятому етапі варто визначити **цільові аудиторії**, на які буде спрямоване функціонування локації, та **розробити маркетингову стратегію** на основі сформованих ідей, «родзинок» місця. Шостим етапом є **безпосередня робота над об'єктом**.

Важливим також є коректний підхід до роботи з громадою. Йдеться про те що потенційну туристичність пам'ятки слід презентувати не як потенційну проблему, а як можливість створення нових робочих місць.

Конкретним вдалим прикладом роботи із пам'яткою, зокрема у питанні залучення громади, низка опитаних експертів та експерток називали Тустань: *«Хтось випікає хліб, хтось пише писанки, хтось робить якісь сувенірчики такі місцеві, як то кажуть, допотопні, наївні, але все працює. Яскравий приклад, про який можна говорити, — Тустань. Там жителі села біля цієї фортеці в Тустані це зрозуміли. Вони зробили такий клуб, де можна зібратися і там знову ж таки це весілля розіграти чи інсценізувати, чи там перекусити якимось і так далі. Вони це все розуміють. Я завужу шинку, в мене це добре вдається, я спечу кишку, а я ще там щось зроблю. Ми накриємо такий стіл, і всім буде добре, а хтось самогонку, може, робить»* (працівник галузі туризму). В такий спосіб ще раз наголошують, що включеність, зацікавленість громади є важливим чинником розвитку об'єкта.

Підсумовуючи, варто зробити акцент на тому, що **ревіталізація — це комплексне поняття**, яке включає роботу над концепцією об'єкта, цільовими аудиторіями, на яких він розрахований, функціями й активностями, якими він має

бути наповнений, а також роботу над інфраструктурою. До цієї роботи мають бути залучені не лише архітектори, а й представники інших галузей: *«Велику частину в тому всьому має займати участь таких фахівців, як культурологи, соціологи, економісти й інші, тому що в проєктах ревіталізації 80% роботи — це є робота гуманітаріїв, а не техніків»* (архітектор).

3. Інфраструктура навколо об'єктів

За результатами інтерв'ю з експертами та експертками зрозумілим є те, що реставрація/ревіталізація об'єктів сама собою не цілком ефективна, це слід робити у комплексі із розробленням туристичної інфраструктури: *«Тобто побудовані спеціальні центри прийому туристів, де паркінг, де є магазинчики з сувенірами і так далі, гроші від яких ідуть також на реставрацію, підтримання тих пам'яток»* (працівниця галузі туризму).

Отже, якщо узагальнити думки наших респондентів/-ок, у комплексі з ревіталізованою пам'яткою мають іти:

- відремонтована дорога до пам'ятки;
- дорожні вказівники до пам'ятки;
- позначки про пам'ятку на картах систем навігації (Google Maps тощо);
- зупинки громадського транспорту;
- громадські вбиральні (*«Я не знаю в жодній з пам'яток Львівщини гідного людського буття туалету. Саме за цим і визначають про нас думку іноземці. Ви їм покажіть 150 ікон, а потім відведіть в туалет на автостанцію №3, і вони всьо дізнаються про країну»* (працівник галузі туризму));
- інформаційні центри;
- місце, де можна підобідати (кафе, ресторани, місцевий фуд-корт);
- продаж місцевої сувенірної продукції.

Більшість із цих інфраструктурних елементів перелічували експерти та експертки, які працюють у галузі туризму. Вони також наполягають на важливості участі громади у налагодженні цих елементів: *«Коли люди їдуть до якогось об'єкта, вони їдуть, наприклад, через село, і дуже важливо, коли громада розуміє, яким це село має бути: узбіччя чисті, покошені і все підмальовано, щоб також була гарна картинка дороги, яка веде до того об'єкта»* (працівниця галузі туризму).

Інфраструктура має бути продуманою, пристосованою до місця, такою, що не шкодить йому, не трансформує уявлення про нього як про щось глобалістичне, а не унікальне: *«Тому навіть якщо є музейна установа, комунальна чи державна, вона повинна активно заохочувати бізнес до створення якісних продуктів на основі культурної спадщини: це якісна сувенірка, якісне харчування, якісні розваги, атракції, але власне наголошую якісні — вони мають підсилювати досвід відвідування цієї пам'ятки, бути в контексті, тобто не може бути у Звенигороді «Маша і Медведі» чи якийсь незрозумілий луна-парк, а воно має якось чинити доповнювати цю тематику, підсилювати, задовольнити потреби всіх аудиторій (і щоб дітям було чим зайнятись, і для сімей, і для компанії молодих людей, і для старших)»* (архітектор).

Також важливим є **формування інформаційної політики та комунікаційної стратегії** в роботі з об'єктами. Є потреба у створенні **інформаційних центрів**:

не обов'язково окремих для тої чи тої пам'ятки, може бути один, який координує роботу на всіх пам'ятках Львівщини. Було озвучено думку про **портал**, де була б розміщена інформація про кожну пам'ятку. Одна з опитаних респонденток зразком такого порталу назвала туристичний портал Чернігівщини.

Також важливим є створення та **ведення інформаційних сторінок** кожної пам'ятки **у соціальних мережах**: *«Це мають бути сторінки в соцмережах, їх активне ведення зацікавленими особами, громадою, напевно, насамперед»* (працівниця галузі туризму); *«Ну і плюс до того — інформувати в соцмережах, бо люди зараз багато сидять в Facebook, Instagram і реєстрі. Якщо би кожен з цих об'єктів мав свою сторіночку, яка би велась регулярно, а не так, як в нас вміють — закидати одну фотку на півроку»* (працівниця галузі туризму). З позиції менеджерів культури, важливим є взагалі інформування про те, що є перелік об'єктів, які можна використовувати для подієвого туризму, однак хтось має цей процес координувати, займатися ним: *«Найперше — це якісна комунікація. Загалом велика кількість культурних менеджерів не знає взагалі про те, що ці чи ці локації можна використати для реалізації проєктів і взаємодії з ними. Відповідно мусять бути чи сайт, чи сторінка, чи певна інформація і певна відповідальна людина, з якою можна було би комунікувати щодо цього об'єкта, безпосередньо його використання для спільних проєктів чи для реалізації власних проєктів на базі цих об'єктів»* (менеджер культури). Глобально, те саме стосується і просто відвідин об'єктів туристичними групами, адже, на думку опитаних нами респондентів/-ок, люди схильні їхати у місця, про які вони вже десь чули, які перебувають «на слуху»: *«На жаль, наші туристи просто їдуть на щось таке, що на слуху. Про що вони вже чули, що вони вже бачили. Ну, тобто заманити їх селом дуже складно. Їм треба вже відомий об'єкт»* (працівниця галузі туризму). Також опитані експерти та експертки зазначають, що зараз привернути увагу до об'єкта можуть **блогери** або інші **відомі особи**, однак цей процес теж мав би бути в певний спосіб керований: *opinion makers* мали б спиратися на певний узгоджений посил, меседж про пам'ятку, який базується на «родзинці» місця: *«Тобто навіть якщо запрошувати відомих людей, наголошувати їм, що вони там мають сказати. Багато хто з блогерів їздить спонтанно і сам розказує, що вважає за потрібне. Але якщо це робити цільово, з певною метою і давати цим людям певні меседжі, які вони мають донести до інших, до потенційних туристів, то, мені здається, буде більше толку і буде цікавіше»* (працівниця галузі туризму).

Можливим також є надання рекомендацій, інформації про об'єкти від обласних органів влади: *«Кожен із цих проєктів мав би мати окрему чи сторінку в соціальних мережах, чи окремо лендінг пейдж, де коротко можна було б дізнатися про об'єкт, або якщо у Вікіпедії класно описано, то принаймні час від часу [має бути] формування певних списків-рекомендацій від області, що варто відвідати, інформація така дозована, як-от: починається літній сезон, наша область має такі вже відомі магніти, але є ряд менш відомих — ось список, ось інформація про них, ось локація на Google Maps, ось додаткова важлива інформація, ось постик, якщо ви не хочете їхати самі, хочете їхати групою, ось вам допоможуть. І вже в такому форматі можна їх розвивати, привертати увагу і вже наповнювати це якимись смислами»* (менеджер культури).

Проблемним є питання **доступності** для відвідувачами огляду пам'яток із середини. Кейс Львівської області доводить що такі екскурсії можливі лише за попередньою домовленістю гіда-екскурсовода з кимось із місцевих мешканців, хто має доступ до пам'ятки, тобто має ключі: *«Бувають моменти, під'їжджаєш, вже все домовлено, нагадуєш людині, а там “я забув, поїхав”. Так-так, в мене і таке було. “Ну, чого ви мені ще не нагадали сьогодні зранку, я там щось передумав”, а ключів більше ні в кого немає»* (працівниця галузі туризму); *«В Ісяях була проблема з тим, щоб знайти контакти людини, яка відкриє церкву. В мене була група іноземців, це були професори Ягеллонського університету, і їм дуже залежало, щоб потрапити всередину. Всі мої намагання додзвонитися в сільську раду, знайти якихось людей були марними. Ну і потім в підсумку поїхали, і нам храм так і не відкрили»* (працівниця галузі туризму).

Самостійний огляд пам'ятки в той самий день без попередньої домовленості неможливий. Виходячи з позицій наших респондентів/-ок, це питання можна було б розв'язати, розмістивши біля пам'ятки таблиці із контактами осіб, які мають ключі, або ж створенням електронного ресурсу, де потенційні відвідувачі могли б «стати у чергу» на відвідини: *«В принципі за кордоном вже всюди є електронна реєстрація. От як я десь хочу поїхати за кордон, так я собі входжу в ту систему, заздалегідь, звичайно, реєструюся на екскурсію»* (працівниця галузі туризму).

4. Типи підходу до роботи із пам'ятками

На основі інтерв'ю з нашими респондентами (здебільшого архітекторами) було визначено такі базові підходи до роботи зі спадщиною (пам'ятками архітектури):

- **Втручання** (адекватна реконструкція, відновлення певних елементів та функцій): *«Якщо ми вже й вирішуємо зробити об'єкт пам'яткою минулого, то варто зробити так, щоб він в якомога більш чесний і виразний спосіб говорив нам про те, як те минуле виглядало»* (архітектор). На сам процес «втручання» так само існують різні погляди, до прикладу, це стосується питання, який саме культурний шар відновлювати *«Загалом якщо говорити про відновлення, то воно має бути так само чесним передовсім, і, як на мене, не варто — чи рідко коли варто відновлювати об'єкти станом на якийсь певний момент в часі. Якщо об'єкт дійшов до нас зараз зі всіма нашаруваннями, то треба дивитися на весь цей пласт нашарувань і розглядати ніби сам факт того, що ці зміни відбувалися, історію, яку теж в певний спосіб можна використати, презентувати у читабельний спосіб»* (архітектор). Втручання в пам'ятку частково може передбачати збереження попередньо закладених при будівництві самого об'єкта функцій. Важливим акцентом при втручанні є збереження справжності, автентичності об'єкта і матеріалів: *«Насамперед, як на мене, найважливіше — це повага... до пам'ятки, культура реставрації, культура реновації, культура відновлення пам'яток... Ми мусимо максимально зберегти те, що нам залишила історія, ми мусимо максимально зрозуміти і йти, очевидно, за задумом автора-архітектора, який працював над цією пам'яткою, максимально використовувати ці матеріа-*

ли, які використовувалися в побудові тої чи іншої пам'ятки... Мені здається, що так само дуже важливо, що реставрація має виконуватися тими матеріалами, з яких створювалася ця пам'ятка. Це не має бути знову ж таки синтетика, не мають бути сучасні синтетичні матеріали, котрі невідомо як себе поведуть за кілька десятиліть... От власне це є повага. Тобто якщо наші будинки були покриті колись черепицею, ми маємо відновити черепицю, якщо були покриті бляхою, маємо відновити бляху, якщо вони були покриті міддю, ми маємо відновити мідні покриття. Ми повинні максимально досліджувати, знати й відновлювати так, як воно було з самого початку» (архітектор).

- **Консервація** (запобігання подальшому руйнуванню): «Ну бажано зробити все ж таки старий дах, як на фотографіях. Є фотографія, відомо, який він був, його треба таким і зробити. Якщо не відомо, тоді йде мова про консерваційний дах. Якщо відомо, треба просто це відтворити і все. Тут дуже прості підходи» (архітектор). У цьому контексті також важливим є акцент на збереженні автентичного вигляду, якщо ми достеменно знаємо, яким він був.
- **Невтручання** (іноді залишити пам'ятку у такому стані, в якому вона є, для неї краще, ніж непрофесійне втручання). Тобто є дві ключові причини застосування концепції невтручання: коли втручання здійснюється непрофесіоналами, та коли пам'ятка може бути зруйнована шляхом розбудови інфраструктури навколо об'єкта.

5. Функції, які можуть виконувати пам'ятки архітектури із переліку

На основі зібраних інтерв'ю з експертами й експертками можемо говорити про такі функції, фактично універсальні для всіх об'єктів:

- **Місце проведення різноманітних тематичних фестивалів** (в одній локації декілька типів фестивалів у різний час): «Ну, там весняні, осінні, різні. Тематичні. Свято якогось меду, наприклад на території в тому ж Свіржі, чи свято вина, чи якось це організувати з різними фестивалями. Це дуже-дуже непогана ідея: воно притягує людей насправді» (працівниця галузі туризму).
- **Місце проведення концертів, зокрема класичної музики**: «Так, як в Годовиці, організувався концерт, як ви пам'ятаєте; він був прекрасно організований» (працівниця галузі туризму).
- **Місце презентації зразків української культури та традицій**: «Найпростіший приклад, але він такий універсальний, бо він підходить до будь-чого, це от регіональне, локальне весілля традиційне. Воно збирає, воно акумулює повністю все. Це костюми, це традиції, це музика, це спів, це танці — це все повністю зібрано в одній події, яку можна переглянути і, найголовніше, — взяти участь в цьому протягом там 3-х годин» (працівник галузі туризму).
- **Місце проведення конференцій, лекцій** (спеціально обладнані конференц-зали);
- **Музей** (освітній аспект): «Дійсно дуже добре все-таки розвивати музейну частину в замках. Тобто, навіть якщо би їх там доводилося пристосовувати під якісь офіси громади, то все одно треба віднайти баланс — частину найцінніших приміщень обов'язково робити з музейною функцією, можливо,

з мобільною можливістю, щоб їх за необхідності можна було б дуже швидко переробити в якусь аудиторію» (архітектор),

– **Готель:** «Звичайно, тут можна додавати, мабуть, частину якихось приміщень пристосовувати під житлову функцію, під готельні номери, тобто це вже безпосередньо треба дивитися конкретно на кожен палац» (архітектор).

– **Ресторан.**

– **Об'єкт для розвитку кіноіндустрії.**

Також у низці інтерв'ю було наголошено, що доступ до пам'яток має бути інклюзивним: «Хоча, безумовно, в ідеалі, якщо б гроші були, то і для людей з інвалідністю, наприклад, незрячих теж би було варто поставити якийсь об'єкт» (архітектор). Також ідеться про доступність пам'ятки для людей з інвалідністю, про можливості її огляду: «Якщо про доступність та інклюзивність цих просторів, то дуже часто, саме зараз, наприклад, все більш активними з точки зору відвідування таких об'єктів і подорожей стають молоді сім'ї чи люди з інвалідністю і важливо, щоб всі нові об'єкти культурної спадщини, які ревіталізуються, вже були адаптовані до їхніх потреб. Це те, чого дуже часто бракує, і те, на що варто звертати увагу» (менеджер культури).

Усі ці функції одночасно є і загальними моделями **монетизації** об'єктів. Додатковою функцією може бути виготовлення і продаж місцевої продукції та сувенірів: «Сувенірний бізнес — це коли продають предмети якогось регіонального ремесла, а не перетворюють це на продаж китайського “ширпотребу”. Бо тоді сувенірний бізнес втрачає сенс» (архітектор).

6. Опіка над об'єктами / зацікавлені сторони

Якщо говорити про те, хто мав би опікуватись об'єктами спадщини, за результатами інтерв'ю можемо говорити про кількох ключових акторів. Це:

- громада;
- бізнес / приватні інвестори;
- держава.

Вочевидь, ідеальною моделлю було б поєднання всіх трьох акторів у роботі із кожним конкретним об'єктом або принаймні співпраця будь-яких двох із цих акторів.

Говорячи про громаду, слід розуміти: важливою є робота з її членами задля досягнення розуміння того, що:

- а) пам'ятка не є суто їхньою власністю, а належить ширшій громадськості;
- б) збереження об'єкта у належному стані може забезпечити наявність робочих місць у громаді.

Один з опитаних архітекторів зазначає, що громада не завжди відповідально ставиться до наявних у її населеному пункті пам'яток: «Спадщина є лише там, де є спадкоємці», а, на жаль, в нашій країні дуже часто спадщина не має спадкоємців, тобто в різних містечках, особливо в невеликих містечках, селах часто є надзвичайно цінні об'єкти — є дерев'яні церкви, є костели, є палаци, замки, якісь унікальні залишки фортифікаційних, сакральних, промислових споруд, які, на жаль, місцеве населення не цінує взагалі, в силу своєї неосвіченості люди просто не розуміють цієї спадщини — і вони не є її спадкоємцями насправді» (архітектор).

Активними opinion makers у громаді можуть бути **вчитель історії та священник**: *«Я часто маю зустрічі, спілкуюся зі священниками: від Товариства охорони пам'яток ми проводимо навчальні семінари з охорони сакральної культурної спадщини. Коли ми спілкуємося, я завжди наголошую, що наші розмови торкаються сфери діяльності священника, церковного комітету, парафіян в тій частині, де це стосується збереження пам'ятки. Ми консультуємо і допомагаємо там, у тих парафіях, де люди дбають про свою пам'ятку і хочуть для пам'ятки зробити щось добре»* (архітектор).

Якщо говорити про бізнес, низка респондентів зазначають, що, до прикладу, замки віддавали б саме бізнесу, але за умов дотримання низки вимог: *«Тобто відновлення відповідно до проєктно-кошторисної документації, яка буде розроблена, погоджена в основному порядку — і тоді, будь ласка, відновлюйте, і довгострокова оренда на 49 років»* (архітектор).

Державу опитані респонденти/-ки вважають актором, який міг би якщо не **ініціювати співпрацю**, то принаймні **продемонструвати свою готовність до неї**: *«Тут мають бути з державної сторони прийняті певні законодавчі акти, які дозволять тісну співпрацю з бізнесом, зокрема концесію, про що я згадувала. Це мусить бути на державному рівні, і держава мусить дати такий меседж, що ми відкриті. Це найосновніше: що ми готові до співпраці, ми готові приймати інвестиції, тому що, звичайно, прекрасно, коли держава вкладає свої кошти. Має, напевно, якась державна програма займатися відновленням історико-культурної спадщини... Хотілось би, щоб це дійсно була якась програма конкретна, з прописаними коштами, термінами і плюс оці закони, які б відкривали шлях в тому числі іноземним інвесторам..., чого ми завжди боїмося, бо українські інвестори, я не впевнена, що готові... по-перше, "світити", що в них є такі гроші, по-друге, вкладати. Тож це, напевно, були би іноземні інвестори, які на певних умовах вклали б кошти, аби відновлювати це все»* (працівниця галузі туризму).

Так виглядала ситуація у 2021 році, йшлося про пошук візійних рішень для ревіталізації та повернення життя певним об'єктам культурної спадщини, щоб частково, в такий спосіб оживити й ті місцевості, в яких вони знаходяться, створити там робочі місця тощо. Натомість 24 лютого 2022 кардинально змінило візію та стратегію роботи з пам'ятками. Згідно з даними на ресурсі «Зруйнована культурна спадщина України» станом на 13 листопада 2022, російські загарбники пошкодили та зруйнували 519 об'єктів культурної спадщини та культурних установ України [Зруйнована культурна спадщина України, 2022]. Внаслідок цих обставин усі актори, відповідальні за роботу зі збереження пам'яток, змушені були зробити крок назад, від рефлексій про новий функціонал до банального збереження пам'яток.

Якщо звернутися конкретно до прикладу Львова, то управлінці/-ки та представники/-ці культурно-мистецьких середовищ міста відійшли від пошуку моделей ревіталізації та почали шукати шляхів збереження об'єктів культурної спадщини. Першою чергою почали з вітражів, які закривали, а потім перенесли у безпечні місця. Потім почали працювати у схожий спосіб і з дерев'яними творами мистецтва. Одночасно з цим почали працювати з вуличними скульптурами, захищаючи їх спеціальними риштуваннями в такий спосіб, щоб

у раз пошкодження усі фрагменти збереглися в одному місці [Спадщина, 2022]. Польща і Німеччина допомагали у цьому плані і консультативно і матеріалами для консервування пам'яток. Ще перед початком повномасштабного вторгнення популярним стало оцифрування пам'яток, створення їхніх 3D-моделей. До прикладу у Львові цим займається компанія *Skeiron*. Разом з однодумцями за сприяння міста й області компанія запустила ініціативу #SaveUkrainianHeritage. Мета — 3D-сканування культурних пам'яток по всій Україні, створення відповідних 3D-копій, що в разі потреби можуть стати основою для ПКД і, власне, відновлення об'єкта [Спадщина, 2022]. Тут слід зауважити, що існує низка фотоархівів, які допоможуть в разі ухвалення рішення відновити втрачені сподруди такими, якими вони були, але *Skeiron* уможлиблює більш глибоку реконструкцію.

Також утворилися й активно розгорнули свою роботу ініціативи, які збирають кошти на відновлення пам'яток культури. До прикладу, йдеться про *Skrynia Cultural Protection Programm*¹, діяльність якої спрямована на підтримку музеїв та інституцій культури. Студент та студентка Українського католицького університету започаткували благодійний фонд *Save Art UA*², одним із напрямків роботи якого є збереження музейних колекцій.

Хочеться вірити, що після завершення війни ми матимемо змогу повернутися до роботи над перевинайденням функцій, яку обірвала війна. Залучення іноземних експертів, коштів та досвідів може стати у пригоді, адже відбудова України стане піар-майданчиком для багатьох країн. Проблема може полягати в пошуку ресурсу саме на цю ділянку роботи, адже усі зголошення закордонних архітекторів стосуються відбудови житлової інфраструктури міст, а не об'єктів культурної спадщини. Ірина Склокіна, дослідниця міської історії у своєму інтерв'ю *House of Europe* зазначила, що «поки живі люди — спадщина незнищена» Якщо спільнота має пристрасть до спадщини, хоче об'єднуватися навколо неї і через неї, то і спадщина... буде мати своє продовження» [Поки живі люди, 2022]. Ця цитата стосується спадщини знищеного російськими окупантами Маріуполя, але насправді вона є універсальною для роботи з феноменом спадщини взагалі. Аналіз інтерв'ю, яким здебільшого присвячений цей текст, свідчить про те саме: якщо буде бажання спільноти — робота зі спадщиною можлива, її відновлення та перевинайдення можливе.

Як підсумок можна знову констатувати: до повномасштабного вторгнення Росії в Україну розроблялись різні моделі роботи зі спадщиною, принаймні ця тема була на слуху, зі спадщиною працювали. Йдеться про її ревіталізацію, повернення або ж виконструювання для неї нових функцій, щоб вона могла повноцінно функціонувати в сучасному світі, а спільноти, долучені до її відновлення та подальшого функціонування, могли монетизувати вкладені зусилля. Усі ці процеси війна поставила на паузу та змусила дбати в передусім про збереження бодай того, що є, від невпинних цілеспрямованих знищень, адже знищення

1 Детальніше про проект *Skrynia Cultural Protection Programm* можна прочитати за посиланням <https://saveua.art/>

2 Детальніше про проект *Save Art Ua* можна прочитати за посиланням <https://saveartua.com>

української культурної спадщини — це теж конструювання, конструювання російського дискурсу про несамотійність України, її вікову колонізаційну приналежність до Росії.

Джерела

Конвенція про охорону всесвітньої культурної і природної спадщини (s.a.). Одержано з: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_089#Text

Зруйнована культурна спадщина України (2022). Одержано з: <https://culturecrimes.mkp.gov.ua/>

Спадщина: як у Львові захищають пам'ятки в часі війни (2022). Одержано з: <https://isc.lviv.ua/blog/spadshchyna-v-chasi-vijny/>

«Поки живі люди — спадщина незнищенна»: інтерв'ю з дослідницею Центру міської історії Іриною Склокіною (2022). Одержано з: <https://houseofeurope.org.ua/stories/as-long-as-people-are-alive-the-heritage-cannot-be-destroyed-an-interview-with-iryna-sklokina-a-researcher-at-the-centre-for-urban-history>

Одержано 23.11.2022

References

Convention on the Protection of World Cultural and Natural Heritage (s.a.). [In Ukrainian]. Retrieved from: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_089#Text [=Конвенція s.a.]

The destroyed cultural heritage of Ukraine (2022). [In Ukrainian]. Retrieved from: <https://culturecrimes.mkp.gov.ua/> [=Зруйнована 2022]

Heritage: how monuments are protected in Lviv during the war. Retrieved from: <https://isc.lviv.ua/blog/spadshchyna-v-chasi-vijny/> [=Спадщина 2022]

«As long as people are alive, heritage is indestructible»: an interview with Iryna Sklokina, a researcher at the Center for Urban History. [In Ukrainian]. Retrieved from: <https://houseofeurope.org.ua/stories/as-long-as-people-are-alive-the-heritage-cannot-be-destroyed-an-interview-with-iryna-sklokina-a-researcher-at-the-centre-for-urban-history> [=Поки живі люди 2022]

Received 23.11.2022

ІНГА КОЗЛОВА

Культурна спадщина Львівщини: (візії експертних середовищ)

На основі емпіричної бази у 20 напівструктурованих глибинних інтерв'ю із архітекторами, працівниками/-цями туристичної галузі та менеджерами/-ками культури (березень–червень 2021 року), авторка формує моделі роботи із матеріальними об'єктами культурної спадщини Львівщини. Візії сформовані на прикладі 16 об'єктів, які подавались до участі у програмі «Велике Будівництво», однак насправді ці моделі є універсальними для пам'яток цих типів по усій Україні. Загальні функції пам'яток архітектури у сучасному світі, виходячи із бачень опитаних експертів та експерток, є такими:

пам'ятка як туристичний об'єкт; пам'ятка як місце пам'яті; пам'ятка як місце ознайомлення з історією та культурою та як інструмент комунікації; пам'ятка як локація для проведеного заходів.

Якщо ж говорити про загальну візію роботи з означеними 16 пам'ятками архітектури, то опитані експерти та експертки бачать алгоритм таким: 1) пошук ідеї, «родзинки» місця; 2) дослідження стану об'єкта включно з юридичним боксом питання (право власності тощо); 3) дослідження активності місцевої громади, її зацікавленості й готовності включатись у процеси роботи над об'єктом; 4) вибір менеджера та формування команди, яка працювати-

ме над кожним окремим об'єктом; 5) визначення цільових аудиторій, на які буде спрямоване функціонування локації та розроблення маркетингової стратегії на основі сформованих ідей, «родзинок» місця; 6) безпосередня робота над об'єктом.

Основний акцент у статті зроблено на візії роботи зі спадщиною станом до 24 лютого 2022 року. Текст містить також опис стану після повномасштабного вторгнення та рефлексії про роботу зі спадщиною у майбутньому. Розвідка може слугувати дорожньою картою з відновлення об'єктів культурної спадщини України після завершення війни.

Ключові слова: культурна спадщина; об'єкти культурної спадщини; пам'ятка; функції пам'яток; Львівщина, участь громад

INHA KOZLOVA

The Cultural Heritage of Lviv Region: (Visions of Expert Environments)

The article is written on the empirical basis of 20 semi-structured in-depth interviews with architects, representatives of the tourism industry, and cultural managers, collected in March-June 2021. The author formulates models of work with material objects of the cultural heritage of Lviv Region. The visions were formed on the example of 16 objects that were submitted for participation in the «Great Construction» program; however, in fact, these models are universal for monuments of this type throughout Ukraine. If we talk about the general functions of architectural monuments in the modern world, based on the visions of the experts we interviewed, here they are: a monument as a tourist object; a monument as a place of memory; a monument as a place to learn about history and culture as a communication tool; location for events.

While talking about the general vision of working with the specified 16 architectural monuments, the interviewed experts see the algorithm as follows: 1) search for an idea, the «highlight» of a place; 2) research of the condition of the object, including the legal side of the issue (ownership, etc.); 3) study of the activity of the local community, its interest and readiness to be included in the processes of work on the object; 4) selection of a manager and formation of a team that will work on each individual object; 5) determination of the target audiences to which the functioning of the location will be directed and the development of a marketing strategy based on the formed ideas, and «highlights» of the place; 6) direct work on the object.

The main emphasis of the article is on the vision of work with heritage until February 24, 2022, but the article also includes a description of the situation after a full-scale invasion and reflections on work with heritage in the future. The text can serve as a road map for the restoration of the objects of the cultural heritage of Ukraine after the end of the war.

Keywords: cultural heritage; objects of cultural heritage; monument; functions of monuments; Lviv Region, community participation