

УДК338.487:339.13]:930.85(477)

ФОРМУВАННЯ ПОЗИТИВНОГО ТУРИСТИЧНОГО ІМІДЖУ РЕГІОНІВ УКРАЇНИ ШЛЯХОМ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ

Федотов І.А.

*Наук. керівник – О.О. Федотова, д-р істор. наук, професор
Київський національний університет культури і мистецтв*

В умовах сучасних глобалізаційних процесів та прогресивних змін важливим завданням сьогодення є розвиток туристичної сфери. Згідно з статистичними даними «Всесвітньої туристичної організації (UNWTO)», з кожним роком розвиток туризму сягає все вищих результатів. Це, зокрема, обумовлено ерою комп'ютерів і свободою доступу до інформації. Якщо раніше певні категорії населення дізнавалися про різні країни та туристичні ресурси з телевізійних екранів або сторінок різноманітних друкованих видань, то тепер з'явився майже необмежений доступ до інформації про туристичні об'єкти, а це дає змогу відвідати їх особисто.

Згадана тенденція повною мірою стосується й населення України. Йдеться не лише про туристичну привабливість великих курортів, які мають всесвітню популярність, а й про туристичні ресурси місцевого значення, про які раніше було мало що відомо, але які мають великий потенціал як туристичні та економічні джерела, а також відомі як центри історико-культурної спадщини.

Популяризація «місцевих» історико-культурних туристичних ресурсів, тобто тих, що розташовані на території конкретного регіону, відіграє велику роль у формуванні культурного рівня місцевого населення. Відтворення, підтримка та використання такого типу ресурсів, висвітлення проведених заходів у засобах масової інформації приводять до їх популяризації, активно сприяють створенню позитивного іміджу як самого регіону, так і ресурсу.

Зважаючи на різноманітність етнічного населення України та величезну кількість культурних пам'яток, датованих різними історичними періодами, можна констатувати, що наявний потенціал для розвитку туристичної галузі дуже високий, про що переконливо свідчать статистичні дані. На державному обліку в нашій країні перебуває понад 130 тисяч пам'яток культури, архітектури та історії, багато з яких має також і національне значення; більш ніж 50 історико-культурних заповідних зон, що лише починають набувати популярності серед населення. Це зумовлено слабкою підтримкою з боку держави, браком спеціальних програм, пов'язаних із розширенням комерційної діяльності, тобто створенням приватного бізнесу на основі згаданих ресурсів.

Наслідки такої політики загрожують соціальному туризмові й практично призводять до його зникнення, хоча він є надзвичайно важливим для сучасної молоді, насамперед школярів та студентів. Не випадково саме цій проблемі приділено чималу увагу в документі під назвою «Стратегія ста-

лого розвитку туризму й курортів в Україні», де вказано, що до зменшення популярності соціального туризму призводить відсутність державних програм підтримки, занедбаний стан як туристичних маршрутів, так і самих туристичних ресурсів. Результати такого ставлення негативно впливають на рівень розуміння поняття історико-культурної спадщини, навіть нівелюють його. Звісно, про відмову від приватної участі в цій сфері не йдеться, але збільшення державного втручання необхідне і цілком передбачене.

Які ж заходи можуть стати найдієвішими для поліпшення туристичного іміджу регіонів? Безсумнівно, розроблення та введення в дію спеціальних програм для підтримки туристичних історико-культурних ресурсів на державному рівні популяризуватиме туристичні об'єкти, покращить їх стан та сприйняття з боку населення. Збільшення фінансування для реставрації чи реконструкції таких об'єктів значно сприятиме зростанню потенційної привабливості цих місць та слугуватиме базою для подальшого розвитку. Можливим шляхом поліпшення ситуації є залучення іноземних спеціалістів з відповідним досвідом роботи для навчання вітчизняних кадрів та вирішення самої проблеми. Дієвим заходом може стати використання сучасних засобів та методів комунікації для розповсюдження інформації серед потенційної цільової аудиторії, а також впровадження новітніх цифрових технологій для презентації пам'яток культури, архітектури та історії.

Отже, формування привабливого туристичного іміджу регіонів цілком можливе шляхом популяризації історико-культурних здобутків. Розглянутий стан цієї галузі в Україні свідчить про брак розуміння з боку держави потреб туристичної сфери. Регулювання державної політики в цій галузі дасть змогу не тільки сприяти побудові позитивного іміджу регіонів, але й змінити ставлення до історико-культурної спадщини загалом. Своєю чергою, збільшення кількості та якості таких ресурсів, їх популяризація та висвітлення приведе до кращого сприйняття та розуміння поняття культурної спадщини в цілому, оскільки саме історичні об'єкти сприяють подальшому його цивілізаційному розвитку людства.

Література

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О.О. Бейдик. – К. : Альтерпрес, 2001. – 234 с.
2. Верменич Я.В. Історична регіоналістика в Україні / Я.В. Верменич // Український історичний журнал. – 2001. – № 6. – С. 3–21.
3. [Кузьмук О. Культурний туризм як інструмент формування національної ідентичності](http://tourlib.net/statti_ukr/kuzmuk.htm) [Електронний ресурс] / О. Кузьмук. – Режим доступу: // http://tourlib.net/statti_ukr/kuzmuk.htm.
4. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації (UNWTO) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/>.
5. [Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні: Закон України від 23 березня 2000 р. // Відомості Верховної Ради. – 2000. – №27. – С. 211.](#)