

*ЩЕРБАНЬ О. В., доктор історичних наук*

*Харківська державна академія культури*

## **СІЛЬСЬКИЙ ТУРИЗМ ЯК АНТИКРИЗОВИЙ ФАКТОР СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ ОПІШНЯНСЬКОЇ ОБ'ЄДНАНОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ**

Навіть в умовах кризи розвиток туристичної галузі в селі лишається актуальним. За умови обрання активної ринкової моделі поведінки діячів культурної індустрії, до яких я відношу і надавачів послуг гостинності, насамперед у контексті регіональних та місцевих особливостей, у посткризовий період продумана комунікаційна стратегія спрацює. Отже, важливо продовжувати діяти, навіть у теперішніх не сприятливих соціально-економічних умовах. Понаддесятилітній період моєї діяльності у сфері сільського зеленого туризму (як дослідниці і фундаторки власної садиби), сприяв тому, що поступово викристалізувався стратегічний план-пропозиція його майбутнього сталого розвитку на території Опішнянської ОТГ шляхом витворення, підтримки і розвою культурної індустрії загалом. У січні 2020 року його вперше було апробовано – покладено в основу проекту «Опішня надихає творити», поданого для участі в конкурсі проектів Українського культурного фонду. Попри схвальні відгуки експертів, поки що не вдалося перемогти в конкурсі, тож вважаю, що засадничі позиції цього проекту-стратегії, що носить соціально-економічний, науково-дослідний, екологічний, просвітницький, виховний, популяризаторський характер, наразі варто виконувати власними силами. Адже в умовах відсутності ціннісного ставлення українців до власних природних та історико-культурних ресурсів, що проявляється в ігноруванні можливостей раціонального та ефективного використання

туристичного потенціалу з метою зайнятості та заробітку, згаданий проєкт-стратегія є актуальним, своєчасним та назрілим не лише в межах Опішнянської громади, Полтавщини, а й всієї України.

Проєктом насамперед передбачена активізація підприємницьких та творчих ініціатив місцевого населення та жителів сусідніх громад, їх включення в процес осмислення і регенерації культурної та природної спадщини. Варто збагнути, що лише усвідомленими і об'єднаними силами громади можливо створити сприятливі умови для розвитку сільської туристичної інфраструктури, організованого туризму, інших видів рекреаційної діяльності, що в цілому створить сегмент креативної економіки.

Розвиток креативного підприємництва, культури та туризму Опішнянської ОТГ доцільно почати із студіювання місцевої культурної спадщини, що потребує створення науково-дослідних, просвітницьких центрів, музеїв, резиденцій (і нехай спочатку вони будуть малими), на базі яких будуть організовані етнографічні, фольклорні та археологічні експедиції (активно залучаючи місцевих школярів і молодь), збору та систематизації матеріалів, що будуть широко популяризовані шляхом публікацій в місцевих та республіканського рівня друкованих виданнях, інтернет мережі, фото-відео продукції. Реалізація лише цього первинного етапу потребує залучення насамперед значного «людського» ресурсу. Так, є проблема в тому ХТО? буде цим всім займатися. З огляду на те, що економічно сильними зможуть стати виключно активні учасники ринку, відтак, вважаю, що вони потроху згрупуються навколо цієї теми. Варто зазначити, що в Опішні з 2010 року успішно функціонує ЕтноПросвітницький осередок – ЕтноЕкоАгроСадиба-музей «Лялина Світлиця» та на її базі інформаційно-консультаційний центр «ЕтноТрадиції гостинності Полтавщини», що вже має чималий інтелектуальний та матеріальний ресурс, досвід і напрацювання для

організації та координації місцевих етнографічних студій, що є пріоритетними серед напрямів їх діяльності [1, с. 290].

Студіювання в комплексі дасть основу реконструкціям, які в свою чергу спричинять відродження призабутих елементів опішнянської та регіональної культурної спадщини, що каталізують створення і популяризацію на їх основі культурно-атрактивних просторів (спочатку приватних музеїв-садиб, пізніше – історико-археологічних комплексів, парків-заповідників, культурно-просвітницьких ініціатив, етнографічних та ландшафтних парків, інклюзивних мистецьких практик, креативного підприємництва; мережі готелів, ресторацій, мануфактур, виробничих та арт-локацій, резиденцій, фестивалів). До речі, відзначаю мегаможливості (досі не використані) саме сільських територій для розвитку фестивального туризму на основі виключно локальних етногастрономічних та обрядово-звичаєвих традицій, які спочатку слід вивчити.

Ще одна проблема сучасної української туристичної галузі – відсутність якісного фестивального туристичного продукту, який, на мою думку, має бути виключно і тільки локальним, рекламуватиме природні, архітектурні, історичні, а головне – етнічні своєособливості якогось регіону та засвідчить багатюще етнокультурне різноманіття на теренах України. Відтак вважаю визначальною особливістю локального туристичного продукту у вигляді фестивального дійства його українськість, народність із широкою прокламацією найкращих культурних надбань у природному для них середовищі: мова, їжа, одяг, фольклор, ремесла, обрядовість, звичаєвість. Найперше – етнофестиваль повинен мати україноцентричну концептуальну ідею, вона ж і має стати метою заходу, що генеруватиме особливий ідентифікуючий та соціалізуючий меседж саме тієї території, де відбувається [2, с. 241]. Цікавим є факт, що Опішні до певної міри є чим «похвалитися» стосовно

регулярності проведення фестивалів: понад десять років у червні відбувається гончарський фестиваль, ініційований Національним музеєм-заповідником українського гончарства в Опішні, шість років у серпні відбувається приватний ЕтноФестиваль «Борщик у глиняному горщику», ініційований авторкою, вперше у вересні 2019 року відбувся «Опішня СливаФест», ініційований головою молоді Опішнянської громади Миколою Різником. Фестивальні дійства є не лише проявом креативності опішнян, але й бажанням розвивати туристичну сферу таким чином, аби сприяти пізнанню туристом іншого історико-культурного середовища, отримання нового знання, враження. Відомо, що подорожуючи, особа долає певні етнопсихологічні, мовно-культурні, релігійні, гастрономічні та інші бар'єри. Етнотуризм безпосередньо пов'язаний з переосмисленням давніх культур як спроба побудувати тісні зв'язки із сьогоденням [3, с. 33].

У перспективі кількох років реалізація проекту-стратегії має справити позитивний вплив на розвиток Опішнянської ОТГ, шляхом реалізації згаданих ініціатив, що сприятиме раціональному, усвідомленому використанню наявних соціально-економічних, природних, історико-археологічних, культурно-мистецьких, туристичних ресурсів. А головне – формуванню цілісного іміджевого образу громади. Підвищення рівня обізнаності про цінність місцевої історико-культурної спадщини сприятиме вихованню фізично і духовно здорових дітей та молоді. Нагальними стануть залучення усіх категорій населення до навчально-виховного процесу, розробка і впровадження освітньо-виховних програм у галузі культури. І, можливо, це пришвидшить кроки на шляху до належної шани власної ідентичності.

Слід зазначити, що пропонована модель-проект туристичного та культурного розвитку не претендує на повноту викладених матеріалів та абсолютну однозначність висловлених позицій, авторка усвідомлює, що вони можуть бути не позбавлені певних прогалин і недоліків, особливо з

огляду на те, що це є поки що першою спробою визначити стратегічні напрямки розвитку креативної економіки громади, але за умови скоординованих та взаємоспланованих дій місцевих мешканців насамперед і органів місцевої влади в умовах децентралізації, має шанси стати базовою. Маю сподівання, що реалізація плану-проєкту загострить почуття приналежності членів Опішнянської об'єднаної територіальної громади до спільного культурного простору, активізує розвиток етнокультурного туризму, адже в ньому закладено підвалини згуртування мешканців громади в одну команду, об'єднаних спільною культурною ідеєю, дружньо налаштованих на співпрацю з іншими, утвердження та популяризацію культурних та туристичних брендів опішнянської громади, витворення опішнянського культурного продукту.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Щербань О. Етностратегія розвитку сільського зеленого туризму у Полтавщині (на прикладі етнофестивалів «Борщик у глиняному горщику») / «Розвиток українського етнотуризму: проблеми та перспективи» : [Текст] : Зб. матер. IV Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених (Львів, 25 лютого 2016 р.) / Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. Львів : ЛІЕТ, 2016. С. 285–291.
2. Щербань О. ЕтноГастроФестиваль як локальний український туристичний продукт (на прикладі досвіду «Борщика у глиняному горщику») // Нематеріальна культурна спадщина як сучасний туристичний ресурс: досвід, практики, інновації: тези доповідей III Міжнародної науково-практичної конференції-фестивалю, Київ, 14-15 лист., 2019 / М-во освіти і науки України, М-во культури України, Київський національний університет культури і мистецтв, Київ. Ун-т культури, Ф-т гот.-ресторан. і турист. Бізнесу. Київ : Вид. Центр КНУКіМ, 2019. 279 с.
3. Curvelo Vidal Y. Ethno-ecotourism: a sustainable development tool to construct governance with the way by people in la Guajira, Colombia / Yuliza Cuverlo Vidal A thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Marine Affairs University of Wascington, 2012. 126 s.