

6. Мікула Н.А., П.В.Скотний Методологічні підходи поглиблення транскордонного співробітництва на українсько-російському прикордонні –[Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.nbu.gov.ua/>

7. Черномаз П.А. Перспективные направления украинско-российского трансграничного сотрудничества в рамках еврорегиона «Слобожанщина» // Українсько-російське порубіжжя: стан та перспективи співробітництва: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції 17 квітня 2010 р. – Х.: ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2010. – С. 49-52.

ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ІСТОРИЧЕСКИХ СОБЫТИЙ В КОНТЕКСТЕ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ТРАНСГРАНИЧНЫХ ТЕРРИТОРИЙ

А.А. Польшина, старший преподаватель (НИУ «БелГУ», г. Белгород)

Н.В. Волкова, магистрант (НИУ «БелГУ», г. Белгород)

В статье рассмотрены способы популяризации исторических событий с помощью исторических реконструкций и театрализованных представлений. Предложены способы репрезентации туристского продукта в условиях трансграничной территории

Ключевые слова: туристский потенциал, дестинация, турпродукт, имидж региона, популяризация исторических событий, репрезентация

Тенденцией последних десятилетий стало превращение туризма в одну из самых доходных и наиболее динамично развивающихся отраслей мирового хозяйства. В современной обстановке развитию туристской отрасли способствует расширение политических, экономических, научных и культурных связей между регионами, государствами и народами мира. Массовое развитие туризма позволяет миллионам людей расширить знания по истории своего Отечества и других стран, познакомиться с достопримечательностями, культурой, традициями той или иной страны.

Одним из приоритетных направлений в Белгородской области на данном этапе развития является создание условий для развития современной конкурентоспособной туристской индустрии. Это с одной стороны обеспечит широкие возможности для удовлетворения потребностей жителей области в туристских услугах, а с другой внесет значительный вклад в развитие экономики области, в том числе за счет налоговых поступлений в бюджет, увеличения количества рабочих мест, сохранения и рационального использования природно-рекреационного и культурно-исторического потенциала.

Туристский потенциал Белгородской области представлен 2131 памятником истории и культуры, находящихся под охраной государства, 35 из которых являются объектами культурного наследия федерального значения [1].

Следует отметить, что наличие культурно-исторических памятников мирового значения, благоприятная экологическая ситуация, выгодное географическое положение Белгородской области позволяют рассматривать туризм в качестве одного из приоритетных направлений развития экономики

региона. Все эти обстоятельства также дают основание утверждать, что при дальнейшем развитии сфера туризма области может стать отраслью, которая при сравнительно небольших капиталовложениях способна обеспечить экономически рентабельное использование имеющихся ресурсов региона – историко-культурных и природных.

Привлекательность области для посещения ее туристами определяется наличием туристских ресурсов, объектов туристского показа, а также иных объектов, способных удовлетворить духовные потребности туристов, содействовать восстановлению и развитию их физических сил. На территории области расположено 4 театра, 2 зоопарка (Белгородский и Старооскольский).

Музейная сеть Белгородской области в 2012 году представлена 43 государственными учреждениями этого типа.

За год с музейными экспонатами ознакомилось 743,7 тыс. человек. Наиболее высокая посещаемость музеев традиционно наблюдается в Белгородском государственном историко-художественном музее-диораме «Курская битва. Белгородское направление», Белгородском государственном историко-краеведческом музее, Белгородском государственном художественном музее, государственном военно-историческом музее-заповеднике «Прохоровское поле» [2].

Согласно вышеизложенному одним из приоритетных направлений туризма может стать военно-исторический туризм. Белгородская область обладает значительным потенциалом для развития данного вида туризма. Через ее границы проходили главные дороги из Крыма на север Изюмский, Кальмиусский, Муравский шляхи. Для отражения набегов татар, польско-литовских войск была воздвигнута Белгородская засечная черта. О событиях Великой Отечественной войны свидетельствуют мемориальные комплексы «Курская Дуга» и государственный военно-исторический музей-заповедник «Прохоровское поле».

Богатые ресурсы позволяют формировать разнообразные, ориентированные на конкретных потребителей, туристские продукты. Это экологические, приключенческие, историко-этнографические туры, экскурсии для различных категорий туристов. Наличие схожего туристского потенциала взывает к необходимости акцентировать внимание не только на историко-культурных объектах, поскольку туристам через некоторое время становится «скучно» рассматривать похожие друг на друга храмы, здания, памятники они захотят увидеть что-то новое, интересное, испытать положительные эмоции. Поэтому для оживления существующих объектов показа, привлечения к ним повышенного внимания необходимо искать инновационные подходы к репрезентации территории.

Новым направлением для привлечения туристов в регион могут стать исторические реконструкции, театрализованные представления военно-исторической направленности. Например, клуб исторической реконструкции «Дружина» летом 2013 года на территории Шебекинского района провел фестиваль исторической реконструкции, посвящённый эпохе средневековья от Руси до Европы и Золотой орды, а на территории Третьего Ратного поля России

в 2012 году была воссоздана первая военно-историческая реконструкция Курской битвы – «Прохоровское сражение». В Новооскольском районе был открыт новый объект сельского туризма казачий стан «Сосновый» где одним из направлений деятельности является реконструкция исторических событий, веселых казачьих забав и танцев. Маршруты по пути военно-исторических событий будут интересны как иностранцам, так и российским туристам.

В связи с тем, что территория Белгородской области граничит с Украиной, страной близкой по культуре, религии, истории. Целесообразно организовывать совместные национальные праздники и крупномасштабные фестивали, с использованием исторических реконструкций событий. Эти мероприятия будут способствовать развитию международных отношений, и укреплению экономического сотрудничества. Т.е. в основе трансграничного туризма лежит не просто пересечение границы с целью отдыха в другой стране, а именно туризм в приграничной территории с интерактивным элементом, который подразумевает вовлечением жителей приграничных областей в событийное мероприятие на территории сопредельного государства.

Несмотря на значительный туристский потенциал Белгородчины, туризм региона не получил должного развития, чтобы существенно влиять на экономику Белгородской области. Большинство приезжающих в наш регион рассматривают его как транзитный субъект. Отсутствие благоприятных условий для полноценного использования туристских ресурсов территории препятствует эффективному развитию регионального туристского комплекса.

Поэтому для организации полноценного туристического потока необходимо сформировать конкретный туристический продукт, который был бы востребован на рынке. В настоящее время на территории области доминируют точечные турпродукты, что ограничивает реализацию туристского потенциала многих муниципалитетов. При этом одной из главных причин пространственных диспропорций в развитии региональной туристско-рекреационной системы, включающей природные, культурно-инфраструктурные и туристские комплексы, является тот факт, что территория области характеризуется дифференциацией по степени обеспеченности ресурсами, определяющими осуществление тех или иных видов туристской деятельности.

Однако мало создать инновационный туристский продукт необходимо его представить широкому кругу целевой аудитории – потенциальным туристам. Для популяризации регионального туристского продукта, необходимо использовать PR технологии с целью формирования общественного мнения через СМИ. С помощью рекламных публикаций, написания имиджевых статей, привлекающих внимание широкой читательской аудитории. Обычно в этих целях используют пресс-релизы, которые отделы по связям с общественностью различных фирм и организаций рассылают по редакциям газет и журналов, а также представляют журналистам, участвующим в проводимых ими пресс-конференциях. Наладить выпуск разнообразная рекламно-информационная полиграфическая продукция о военно-исторических мероприятиях: буклеты, рекламно-информационные справочники, электронные

путеводители. В календарь культурно-массовых мероприятий районных центров включить мероприятия по реконструкции исторических событий.

Немаловажным для туристской репрезентации региона являются рекламные туры для представителей СМИ и туристских агентств. Информационные поездки журналистов практикуются во многих странах. Цель таких поездок заключается в позиционировании туристской дестинации в газете или журнале.

Подобные мероприятия, направленные на определенную группу специалистов, доказывают свою необходимость, поскольку дополняют уже сложившуюся информационную картину живыми впечатлениями непосредственных участников туристского бизнеса.

Кроме того, для формирования позитивного образа Белгородской области и продвижение его на российский и международный рынок необходимо участие в региональных и международных туристских выставках различного характера «МИТТ» и «Отдых», «Intourmarket» в г. Москве, Отдых. Туризм. Спорт. Охота. Рыбалка в г. Белгороде.

Все эти мероприятия способствуют укреплению имиджа Белгородской области, как региона с развитой туристской инфраструктурой и богатой ресурсной базой и привлечению туристов. Однако, необходимо поддерживать положительный имидж области и в процессе обслуживания туристов. С этой целью в настоящее время создается система визуальных коммуникаций туристской инфраструктуры г. Белгорода и области, что свидетельствует об активном внедрении информационных технологий в процесс продвижения турпродукта. Например разработка проекта системы визуальных коммуникаций туристской инфраструктуры г. Белгорода, реализация которого позволит российским и иностранным гостям самостоятельно ориентироваться в городе и более активно пользоваться услугами туристских объектов, предприятий сферы обслуживания, общественным транспортом, находящимися в местах пребывания туристов, а также создаст благоприятный имидж города.

Продвижение туристского потенциала области является одной из важнейших задач, а укрепление имиджа должно сопровождаться широкой рекламной кампанией, главной целью которой должно стать создание в глазах туристов образа области, как территории с благоприятными возможностями для их отдыха.

Для продвижения туристских возможностей области и работы на туристских выставках необходимо организовать подготовку и изготовление современных рекламно-информационной (справочников, путеводителей, каталогов, карт-схем, буклетов) и сувенирной продукции. Также желательно подготовить CD и DVD диски с информацией о туристском потенциале области. Кроме того, важно организовать продвижение туристских возможностей области в сети Интернет с помощью системы обмена баннеров и ссылок на наиболее популярных русскоязычных и англоязычных сайтах и порталах.

Все это позволит задействовать все существующие основные каналы продвижения совокупного туристского продукта области и успешно конкурировать региону на российском и международном туристских рынках.

В целях развития и продвижения туризма необходимо строить стратегию развития туризма в соответствии со стратегией продвижения области, необходимо создавать туристские кластеры – объединения способные развивать брендовые территории, у которых есть солидный туристский потенциал.

Учреждениям культуры и туризма необходимо модернизировать структуру и культурно-досуговую деятельность, разрабатывать программы традиционных и новых мероприятий направленных на репрезентацию территорий, включать в эту систему информационные ресурсы, имеющиеся в библиотеках области, формировать туристский имидж в каждом районе, используя уникальные признаки, характерные для территорий муниципальных районов и городских округов области.

Литература

1. Методические материалы в помощь организации туристско-информационной деятельности муниципальных библиотек Белгородской области [Текст] сост.: С.А. Бражникова, Е.Н. Зубова. – Белгород: БИЦ БГУНБ, 2012. – 100 с.

2. О развитии сферы туризма в Белгородской области в 2012 году аналитический материал [Текст] : стат. сб. / Федер. служба гос. статистики, Территор. орган федер. службы гос. статистики по Белгор. обл. – Белгород : Изд-во Белгор. облкомстата, 2013. – 20 с.

«ИСТОРИЧЕСКИЕ РЕКОНСТРУКЦИИ» КАК ФОРМА КУЛЬТУРНО-ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ

И. С. Посохов, канд. ист. наук, доц. (ХНУ имени В. Н. Каразина, г.Харьков)

В статье исследованы теоретические аспекты проблемы исторических реконструкций. Проанализировано использование понятий «историческая реконструкция», «шоу», «фестиваль», «живая история» и др. в контексте мирового опыта. Определены некоторые тенденции и перспективы развития фестивальных реконструкций в мире. Обращается внимание на то, что осуществление исторических реконструкций требует внедрения своего рода этического кодекса, которым должны руководствоваться организаторы таких мероприятий.

Ключевые слова: исторические реконструкции, индустрия туризма, туристическая политика, политика памяти.

В последние годы во всем мире наблюдается увеличение количества разнообразных культурных мероприятий, необычных фестивалей, ролевых игр и т.д. Они активно используются как часть стратегии развития туризма, экономического возрождения, привлечения местного населения к различным