

## Чернігів

# ЗБЕРЕЖЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ – ЧИННИК ЕКОНОМІЧНОГО РОЗВИТКУ МІСТА

*Навчальний візит до Чернігова з вивчення досвіду щодо створення умов для посилення туристичної привабливості міста відбувся 10-11 липня 2019 року. Учасники: заступники міських голів, начальники відділів туризму та промоції міста з 21 міста.*

### Передумови

Сьогодні основою туристичного іміджу міста Чернігів є потужна культурна спадщина. Управління культури та туризму Чернігівської міської ради здійснює конкретні заходи, які допомагають популяризувати традиційну культуру серед гостей і жителів та поєднують її з сучасним брендом міста. Шляхом вивчення і аналізу культурно-ресурсного потенціалу можна не лише вирішити існуючі проблеми в галузі культури, а й створити інвестиційні паспорти громад, які зможуть допомогти отримати прибуток, стимулювати та підтримувати їх економічний розвиток.

### Практика

Управління культури і туризму експериментує із впровадженням різноманітних ініціатив у сфері культурного туризму, намагаючись знайти найбільш впливові в рамках виконання заходів з реалізації «Програми розвитку туризму та промоції міста Чернігів на 2019–2021 роки».

### **Школа амбасадорів Чернігова**

В пріоритетах цієї соціальної ініціативи було закладено вміння бачити та цінувати культурну спадщину міста, просувати та популяризувати її. Курс навчання в школі розрахований на 10 занять, що включають тренінгову та творчу складову. У процесі навчання надається інформація про місто, культуру та традиції, щоб учні змогли відчувати тему, яка є найбільш «близькою» для них, навчитись подавати відомості про Чернігів у авторському форматі, але при цьому правильно з точки зору історико-культурних акцентів.



Головними завданнями «Школи амбасадорів Чернігова» є:

- проведення ознайомчих лекцій, екскурсій, знайомство з історією культових споруд;
- виховання патріотичного ставлення до свого міста та країни;
- залучення волонтерів та зацікавлених осіб до реалізації програми школи амбасадорів Чернігова;
- вдосконалення форм і методів проведення заходів для досягнення їх завдань згідно програми;
- участь у здійсненні методичного супроводу видання місцевими органами виконавчої влади брошур, рекомендацій, пам'яток, розповсюдження інформаційних матеріалів, буклетів, необхідних для проведення комунікаційних заходів в рамках виконання програми;
- участь у наданні методичних рекомендацій з питань організації, планування та реалізації комунікаційних заходів в рамках виконання Маркетингової стратегії міста.
- вивчення туристичного потенціалу міста та продовження знайомства з кращими практиками, які реалізуються у громаді.

Досвід проведення «Школи амбасадорів Чернігова» можна застосовувати для будь-якого міста, містечка, регіону.

### **Творча майстерня казок Чернігова**

Проект спрямований на дітей шкільного віку. Головна його мета - надати знання щодо культурно-історичного надбання міста через призму дитячої фантазії. Учні майстерні казок у процесі розробки власних, авторських оповідань про Чернігів вивчають історію, побут, культурні традиції, легенди, історичні пам'ятки міста. Результатом стають дитячі казки про місто Чернігів, які будуть «провідниками» локального культурно-історичного надбання в світ дитячої літератури. В проєкті передбачено 10 занять, які включають як тренінгові і творчі вправи, так і лекційні години. Частина занять було присвячено вивченню історичних пам'яток, легенд, культурних звичок містян та інших елементів, необхідних для цікавого опису контексту казки. Враховуючи великий резонанс, який викликала ця форма взаємодії з дітьми, доцільно перейняти такий досвід для проведення позашкільних занять.

### **Конкурс сувенірної продукції «Агов! Handmade, Che!»**

Для привернення уваги до народної культури і майстерності було започатковано конкурс сувенірної продукції «Агов! Handmade, Che!». Всього було визначено шість номінацій, де кожен майстер міг представити свою продукцію. Особливо популярними стали номінації «Прихопи мене з собою», «Дитяча цацька», «Черні-





гівський смаколик», адже саме в них були представлені дитячі дерев'яні іграшки, ляльки-мотанки, іграшки, виготовлені з ниток спицями та крючком. Такі експонати на рівні свідомості повертають до минулого, гріють одночасно і простотою виконання, і давньою традицією. Крім того, такі конкурси стимулюють та мотивують самих майстрів до творчості.

### **Розвиток гастрономічної самоідентифікації**

Нині місто активно займається виявленням та популяризацією гастрономічних регіональних особливостей, оскільки це є однією з сучасних тенденцій «культурних індустрій» України.

Для визначення регіональної страви Чернігова працівники управління культури та туризму Чернігівської міської ради проводили зустрічі з науковцями, кухарями, шеф-кухарями, рестораторами. У підсумку в лютому 2019 року був організований круглий стіл «Смачні історії Чернігова», на якому було визначено особливості харчової культури жителів міста. Виявилось, що в основі як повсякденної, так і лікувальної страви лежала ягода – чорниця. Результатом стало включення страв із чорниці в меню закладів харчування.

### **Включення елементів традиційної культури у фестиваліне життя міста**

Фестивалі – це окремий напрям «креативних індустрій», які варто розвивати, адже тематичні фестивалі зацікавлюють городян та приваблюють туристів, демонструють місто у нових аспектах. Традиційним для Чернігова стало облаштування зимового казкового містечка на Красній площі, що працює кожного року з 19 грудня по 19 січня. Центральними подіями святкувань стали фестиваль хорів «Христос рождається! Славімо його!» та етнофестиваль «Де коза ходить, там жито родить!». У 2019 році жителі міста Чернігова «козу водили» під акорди та традиційні українські співи учасників гурту «Баламути». Інтерактивна, розважально-пізнавальна програма артистів містила перш за все етнографічну складову, чим дивувала глядачів та учасників свята.

«Шукаючи ідею, ми шукаємо зміст» – під таким девізом представники управління культури та туризму Чернігівської міської ради зацікавлювали покоління «Z» в спеціально облаштованій резиденції Дідуся. Головне завдання – залучення дітей до історії та культури краю, тому передбачались розважальні програми, тематичні квести давньою частиною міста, читання різдвяних історій, створення вертепу.



### Ярмарок як традиційна форма торговельно-святкових заходів

В Програмі розвитку туризму та промоції міста на 2019–2021 роки передбачено проведення сезонних ярмарків. Щоб відродити традицію, яка цікавить не лише містян, а й туристів, минулого року була проведена «Книжкова толока», що дала можливість одночасно запросити в Чернігів понад 100 письменників з України. В період календарного зимового циклу в центрі міста – на Красній площі відбувся фестиваль сала, в літній період - фестиваль до свята медового Спасу.

### Результати

Самоідентифікація та регіональні традиції - важливий ресурс для розвитку економіки міста. Вимоги конкурентного середовища, яке постійно наповнюється великою кількістю різних ініціатив, змушує підприємців шукати унікальну пропозицію. Тому туристичний бізнес все більше спрямовує увагу на відродження місцевих традицій, саме це закладено в основу «Програми розвитку туризму та промоції міста Чернігів на 2019–2021 роки». Це також дає надію, що відродження традиційної культури найближчим часом стане пріоритетним напрямком не лише гуманітарної, а й економічної політики України.



*Чернігівський міський голова **Владислав Атрошенко**: «Туризм входить до числа пріоритетних напрямків Чернігівської міської влади – в стратегії розвитку міста він займає четверте місце після інновацій, розвитку інфраструктури та людського потенціалу. У нас немає розвиненої промисловості, і тому туризм для нас є одним з основних джерел надходжень до бюджету».*



### Контакти

Управління культури та туризму  
Чернігівської міської ради,  
вул. Кирпоноса, 9  
м. Чернігів, 14000  
тел. (0462) 777-109, 777-051  
kultura@chernigiv-rada.gov.ua