

Роль PR та реклами в організації замкових і палацових турів

Семенюк Олег, Семенюк Лариса

ДЖЕРЕЛА ІНФОРМАЦІЇ ЯК ІНСТРУМЕНТ АКТИВІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ПАЛАЦУ ШУВАЛОВИХ

Серед замків і палаців в Україні існує багато об'єктів, які не потребують особливої реклами. Вони вже тривалий час є популярними туристичними локаціями, частинами екскурсійних маршрутів, складовою культури та історії своїх регіонів або країни в цілому. Але є і палаци, які не відомі широкому загалу, розпочинають свою «туристичну історію» після набуття Україною незалежності, стають важливими для територій в контексті історії краю, розглядаються як можливі туристичні об'єкти для регіональної економіки. Серед таких – палац графів Шувалових, що розташований на околицях м. Тальне Черкаської області.

Відкриті джерела, зокрема й «Вікіпедія», наголошують, що *палац графів Шувалових* (далі – палац) збудований в архітектурних традиціях данської національної архітектури із включенням до господарського крила традицій англійської замської архітектури в 1902-1907 роках. Автором проєкту є данський архітектор Андреас Клемменсен. Будівництво здійснювалось під наглядом його помічника – архітектора Мортон Рьоннова. Вперше на офіційному рівні інформація про палац з'явилася в 1983 році у виданні «Памятники архитектуры и градостроительства Украинской ССР». Саме тут стверджується, що палац насправді є мисливським замком і зведений у стилі французького ренесансу в 1896 році. Це твердження ми бачимо й у багатьох інформаційних матеріалах щодо палацу. Насправді у 1896 році згорів Старий палац, зведений у середині XIX століття, в той час як новий почав проєктуватись лише у 1901 році. Сучасні дослідники вважають, що назва «Мисливський замок» з'явилась у результаті помилкового перекладу з архівних документів данського слова «Slot», яке на початку XX століття вже означало не «замок», а «палац». Додавання слова «мисливський», ймовірно, стало результатом того, що палац розташований у парку. Залишимо дискусії про архітектурні особливості будівлі фахівцям, але зазначимо, що навіть така суперечка щодо стилю палацу вже має викликати цікавість і бажання подивитися на нього своїми очима.

За радянських часів у будівлі палацу розташовувалися заклади освіти, зокрема й будівельний технікум, що дозволило підтримувати її у більш-менш пристойному вигляді. Наприкінці 80-х технікум переїхав у новозбудований корпус, а в приміщенні розмістили «Музей хліборобства». Початок 90-х для галузі культури був доволі складним,



музей майже не опалювався, приміщення зазнавали руйнації, кількість відвідувачів скорочувалася. В середині 2000-х палац включили до туристичного маршруту «Золота підкова Черкащини», розробили план реставрації, виселили «Музей хліборобства» і розпочали будівельні реставраційні роботи, які не завершилися і до сьогодні.

Незважаючи на доволі занедбаний стан та довготривалі відновлювальні роботи, відвідування палацу окремими туристами та групами не припинялося. Окрім простої цікавості до старовини цьому, на нашу думку, сприяють інформаційні джерела різного формату (типу).

По-перше, це цікаві доступні відомості про палац, які є в інформаційному просторі, зокрема: 1) згадування палацу як оригінального архітектурного об'єкту у різноманітних довідниках, починаючи з уже названого нами видання 1983 року і до різноманітних краєзнавчих буклетів, що особливо було важливо для «доінтернетовської» епохи; 2) розміщення інформації про палац на різноманітних інтернет-ресурсах: тревел-платформах типу Rest.guru.ua, Discover.ua, Md-Ukraine тощо; інтернет-сайтах місцевих державних установ, освітніх і краєзнавчих організацій регіону (Черкащини); 3) увага до палацу тревел-блогерів, тематичні відео на YouTube-каналах та рекомендації їх авторів до відвідування або знайомства з палацом; 4) сторінки в соціальних мережах, які ведуть краєзнавці, історики, люди, захоплені ідеєю відродження палацу (вони мають свою сферу впливу, підписників, і, що важливо, зворотній зв'язок, який дозволяє організовувати екскурсії).

По-друге, це «фонова» інформація, яка привертає увагу до палацу. Наприклад: 1) міфи і місцеві легенди про багатокілометрові підземні ходи від палацу в бік лісу, ріки, містечка; 2) історія про «конкуренцію» між Потоцькими (парк Софіївка в Умані) і Шуваловими (палац і англійський парк у Тальному); 3) історії про незнайдені після революції скарби Шувалових; 4) легенда про

нещасливу любов та наявність відповідної «скелі кохання» у парку біля палацу тощо.

По-третє, це опосередкована інформація, що розповсюджується в ЗМІ або в побутовому дискурсі, зазвичай «скандального» характеру, яка, з погляду PR-технологій, є доволі дієвою і швидко запам'ятовується. Це, зокрема, велика кількість публікацій у місцевих газетах про історію палацу і його можливу роль у розвитку туристичної привабливості території; про проблеми з реставрацією і розкраданням коштів на відновленні палацу; репортажі на ТБ про палац та його складну долю (наприклад, сюжет «Мисливський палац графа Шувалова перетворюється на руїни» (5 канал, 2.05.2018) тощо.

По-четверте – існування образу палацу в культурному просторі. Наприклад: палац на картинах, професійні фото палацу або фотосесії в його внутрішніх приміщеннях, сувенірна продукція з зображенням палацу тощо. Помітним поштовхом до збільшення популярності об'єкту став вихід українського фільму «Чорний ворон», у якому було доволі багато сцен, знятих біля або в палаці Шувалових. Про це зазначали і творці фільму, і критики, це обговорювали глядачі в соцмережах.

Окрім туристів, що самоорганізуються для відвідин палацу, є і туристичні фірми, які серед екскурсійних напрямків по Черкащині вказують відвідини палацу Шувалових (наприклад, агенція «КолоКрай»). Зазвичай він іде в комплексі із «Трипільськими мегаполісами», «Буцьким каньоном». Агенції, щоб не створювати зайвих очікувань, чесно заявляють, що «зараз палац має запущений вигляд: він огорожений парканом, вежа в рихтуваннях, а всередині пусто».

Маємо надію, що цей «припис» із часом щезне. Цьому сприятимуть і місцеві ентузіасти-краєзнавці, і підприємці, і влада. Так, у грудні 2014 року державним реєстратором оформлено право власності на вказаний об'єкт за Тальнівською міською радою. З цього часу у нього з'явився офіційний власник. У 2021 році відновлення палацу та парку увійшло до програми Президента України «Велика реставрація». На 31 черговій сесії Тальнівської міської ради VIII скликання (6.10.2022) було прийняте рішення про створення Комунального підприємства «Тальнівський палацово-парковий комплекс Шувалових» Тальнівської міської ради, яке обслуговуватиме розміщені на території громади: пам'ятку архітектури національного значення «Мисливський замок» та парк-пам'ятку садово-паркового мистецтва загальнодержавного значення «Тальнівський» у межах 4,449 га. Передбачається, що ця комунальна структура реалізовуватиме заходи щодо збереження, відновлення й подальшого функціонування історичних об'єктів, проведення благоустрою території палацу

та парку. Підприємство вже почало діяти і навіть втрапило у невеликий «екологічний» скандал, бо вирізало дерева в парку, щоб відкрити перспективу (фасад) палацу для огляду.

Насамкінець маємо зазначити, що об'єкти типу палацу Шувалових мають великий потенціал і туристичну привабливість, особливо для регіонів центральної та східної України. Їх збереження й відновлення є важливим для розвитку як внутрішнього, так і зовнішнього туризму.