

УДК 338.48

**ІНФОРМАЦІЙНА ПОЛІТИКА ДЕРЖАВИ В СФЕРІ ТУРИСТИЧНОЇ
ДІЯЛЬНОСТІ****ЛУЖАНСЬКА Т.Ю., СТЕГНЕЙ В.В., СОЛЯНИК Я.Ю.**

Мукачівський державний університет

У статті розглядається питання ролі інформаційної політики держави у процесі розвитку туристичної діяльності. Досліджуються різні аспекти інформаційної політики держави, включаючи виявлення формату і методології дослідження в умовах глобалізації засобів масової комунікації.

Акцентується увага на інформаційному статусі держави; інформаційній політиці держави як галузі соціальної інформатики; основних завданнях інформаційних процесів в туризмі; причинах необхідності формування дієвої державної інформаційної туристичної політики; заходах, спрямованих на формуванні позитивного туристичного іміджу України; оцінці інформаційно-комунікативних платформ розвитку туристичної діяльності; державних програмах забезпечення позитивного міжнародного іміджу України.

Ключові слова: інформаційна політика держави, інформаційний статус держави, туристична інформаційна політика, позитивний туристичний імідж України.

Актуальність теми дослідження

В умовах глобалізації суспільства шляхом глобальної інформатизації практично всіх сфер життєдіяльності цивілізації, проблеми трансформації таких феноменів і понять як інформація, інформаційне суспільство, глобалізація, інформаційна політика держави набувають загальносвітового значення. Інформація сьогодні стала рушійною силою суспільства. Постіндустріальні країни по-іншому ставляться до інформації, розуміючи, що будь-яка дипломатична, економічна, військова дія обов'язково має інформаційні та психологічні наслідки.

Особливої уваги на сьогодні заслуговує сфера туризму, що є однією з найбільш перспективних, динамічних і прибуткових галузей світового господарства, в повній мірі акумулює наявний природно-рекреаційний потенціал, професійне використання якого створює можливості для отримання значних доходів. Велике значення в даному напрямку має активна політика держави щодо підтримки та розбудови туристичної сфери, розвитку туристичної інфраструктури, створення умов для підвищення привабливості регіонів для іноземних і внутрішніх туристів, підвищення якості туристичних послуг, забезпечення їх комплексності.

Відповідно до зазначених проблем науково-методологічне забезпечення управління стратегічними ризиками і прогнозування набуває нового актуального завдання - репрезентації майбутнього, яке не можна інтерпретувати як звичайне продовження минулого, оскільки це майбутнє набуватиме принципово інших форм і структур. У цьому контексті реалізація стратегічних і тактичних завдань держави може бути досягнута тільки шляхом формування й функціонування системи інформаційної політики держави, яка повинна враховувати функціонування всіх - політичної, економічної й соціальної підсистем держави як єдиного організму.

Різні аспекти інформаційної політики держави, включаючи виявлення формату і методології дослідження в умовах глобалізації засобів масової комунікації, розглядалися у наукових працях вітчизняних та закордонних дослідників:

– в Україні дослідженню зазначених проблем присвячені роботи В. Горбуліна, О. Бодрука, В. Домарьова, О. Зернецької, О. Картунова, Є. Макаренка, О. Мелещенка, М. Ожевана, Б. Парахонського, Г. Перепелиці, Г. Почепцова, О. Сосніна, А. Чічановського, В. Шкляра й інших;

– у західній науці – роботи Н. Вінера, М. Маклюєна, Д. Робертсона, Б. Баді, П. Бурдьє, Л. фон Берталанфі, М. Месарович, Д. Гудбі, К. Шенона, Д. Істона, П. Сорокіна,

Г. Алмонда, К. Дойча, І. Масуди, А. Бентлі, І. Валерстайна, С. Хантінгтона, Э. Тофлера, Д. Бела, Дж. Гелбрейта, Р. Боудіша, Дж. Ная й У. Оуэнса, Т. Парсонса, Р.-Ж. Шварценберга та інших.

Незважаючи на наявність досить великої кількості наукових досліджень, сфера державного регулювання й досі не є достатньо ефективною. Більшість діючих програм розвитку туризму носять декларативний характер, що зазначає більшість науковців, містять загальну інформацію про стан галузі, основні проблеми, наявний ресурсний потенціал, що може бути використаний з метою їх вирішення, сукупність запланованих заходів. Однак, негативним фактом є відсутність визначення джерел отримання ресурсів для здійснення запланованих заходів, критеріїв для перевірки стану їх виконання, а також відповідальних осіб.

Об'єкти та методи досліджень

Об'єкт дослідження – процеси оцінювання інформаційної політики держави в сфері туристичної діяльності.

Предмет дослідження – сукупність теоретико-методологічних та прикладних засад оцінювання інформаційної політики держави в сфері туристичної діяльності.

Теоретико-методологічною основою дослідження є сукупність принципів, прийомів і методів наукового пізнання в сфері інформаційної політики держави, а також наукові положення і сучасні здобутки теорії щодо оцінювання основних складових інформаційної політики держави в сфері туристичної діяльності.

При написанні статті використовувалися такі методи дослідження: монографічний, статистичний, дослідницький, абстрактно-логічний та інші.

Постановка задачі

Основним завданням даної статті є: визначення основних завдань інформаційних процесів в туризмі; інформаційної політики держави в сфері туризму; аналіз складових забезпечення позитивного туристичного іміджу України; оцінка основних програм та проектів підтримки інформаційної політики України в сфері туризму.

Результати та їх обговорення

Глобалізація зробила роль інформації ще більш важливою. Сьогоднішня економіка, політика, туризм повністю залежать від зовнішніх чинників. Інформаційний статус держави, її представлення в світовому інформаційному просторі є часткою її політичної чи економічної ваги в світі. Немає держав, статус яких в інформаційній площині, суттєво відрізнявся би від статусу в інших площинах. Але це не є випадковим процесом, сильна держава займається своїми іміджевими процесами на рівні з іншими.

Сьогодні для дослідження природи і стану інформаційного суспільства як системи, яка складається з інформаційних процесів і технологій, суспільної свідомості, журналістики, системи засобів масової комунікації, застосовують інформаційний підхід. В основу інформаційного підходу формування й управління системою інформаційної політики держави покладена парадигма рефлексивного й мотиваційного аналізу інформаційних процесів, яка базується на фундаментальних положеннях соціальної інформатики: масових інформаційних відносинах у форматі суб'єкт-об'єктної й суб'єкт-суб'єктної взаємодії.

Всі країни захищають себе і свій імідж, вкладаючи в це серйозні фінансові, матеріальні, інформаційні ресурси. Вони будують власний імідж за конкретними пріоритетами. Великобританія, наприклад, вкладає кошти в інформаційну підтримку розвитку туризму та залучення до країни іноземних студентів.

Основне завдання інформаційних процесів в туризмі - керування інформаційними процесами на будь-якому рівні за допомогою їх якісної й кількісної зміни в результаті застосування адекватних методів організації та керування, що

забезпечують єдність науки, техніки, виробництва й споживання, тобто задоволення суспільних потреб в інформаційному продукті [4].

Крім цього одним з найважливіших завдань інформаційного менеджменту є формування середовища, яке б відтворювало й здійснювало цілеспрямований пошук, підготовку й реалізацію нововведень у сфері інформаційної політики.

Інформаційна політика аналізує організацію інформаційного простору, типи споживання інформаційного продукту на певній території, інформаційні уподобання населення. Її також цікавить використання інформаційного ресурсу для різних суспільних цілей [1].

У контексті розуміння **інформаційної політики держави** як галузі соціальної інформатики, значною проблемою стає питання про державне регулювання й формування продержавницького світогляду суспільства. У європейських університетах значна увага приділяється так званим «інформаційним» спеціальностям і наукам, які використовують «методологічний апарат системології – системного підходу ноосферного етапу розвитку науки». Тому що, саме «системологічний підхід до національних інтересів держави є головною умовою відродження країни й забезпечення її безпеки».

Туристична інформаційна політика держави є системою методів, мір і заходів соціально-економічного, правового, зовнішньополітичного, культурного та іншого характеру, яка здійснюється парламентами, урядами, державами і приватними організаціями, асоціаціями, закладами з метою створення умов для розвитку туристської індустрії, раціонального використання туристичних ресурсів, підвищення ефективності функціонування системи туризму [5].

Туристична інформаційна політика:

1) формується і реалізується на різних рівнях: державному, регіональному, окремого підприємства;

2) носить всі характерні риси її загальної політики, однак має і певні специфічні фактори, під впливом яких вона формується:

- природні умови країни (клімат, географічне розміщення, рельєф, флора, фауна), що впливають на туристичну політику в залежності від їх наявності чи відсутності, раціонального чи нераціонального використання в цілях туризму;

- транспортні умови, що визначають доступність об'єктів туристичного інтересу;

- соціальні, економічні і правові умови розвитку туризму.

Туристична інформаційна політика передбачає :

- забезпечення права на відпочинок;

- формування основних політичних принципів і напрямів необхідного втручання держави в туристичну сферу;

- участь держави в залученні інвестицій в розвиток туризму;

- контроль за розвитком туристичної діяльності, заснований на концепції планомірного розвитку і визначення національних пріоритетів;

- розвиток інфраструктури як основа будь-якої соціально-економічної діяльності, в т.ч. туризму [5].

Причини необхідності формування дієвої державної інформаційної туристичної політики:

- масовість туристичних подорожей;

- залучення багатьох країн і регіонів до туристичного бізнесу;

- загострення конкурентної боротьби на міжнародному туристичному ринку;

- збільшення кількості галузей, організацій та підприємств, зайнятих у сфері туризму;

- посилення економічної, соціальної, культурної, політичної ролі туризму в національному й міжнародних масштабах тощо [4].

У творчому процесі оцінки інформаційної політики існує велика кількість різних методів пошуку нової ідеї, а саме: метод проб і помилок, мозковий штурм, метод контрольних питань, морфологічний аналіз, метод фокальних об'єктів, синектика, стратегія семиразового пошуку, метод спрямованого мислення, метод використання бібліотеки евристичних прийомів, метод системної евристики, метод комплексного вирішення проблем, метод східчастого підходу до вирішення завдання, метод матриць відкриття, інтегральний метод «Метра» та інші.

В Україні діє низка спеціальних законів щодо регулювання тих чи інших аспектів інформаційної діяльності. **Міністерство інформаційної політики України (МІП)** - урядова установа створена 02 грудня 2014 року. відповідно до постанови Верховної Ради про формування нового складу Кабінету Міністрів України. 14 січня 2015 року Кабінет Міністрів України прийняв Постанову «Питання діяльності Міністерства інформаційної політики України», якою утворив Міністерство та затвердив Положення про нього. У Міністерстві **три основних департаменти**: стратегії інформаційної політики і безпеки; інформаційних загроз; комунікації між міністерствами.

Інформаційно-комунікативна платформа **«Міжнародна інформаційна мережа «Україна Плюс»** передбачає створення мережі комунікативних платформ у всьому світі та об'єднання в єдину віртуальну мережу регіональних медіа-клубів та інших громадських медіа-об'єднань України. Метою проекту є виробництво, поширення та обмін інформацією у форматі інформаційно-комунікативних мостів. Задум реалізується у формі дискусійних панелей (інформаційних мостів), які розміщуються на платформах в Києві, в містах-партнерах проекту, між якими налагоджено Інтернет-, теле- і радіокомунікації, необхідні для одночасної участі в дискусії європейських та українських журналістів, дипломатів, політиків, державних діячів та лідерів громадської думки. Також модель передбачає створення всеукраїнської мережі активних платформ у всіх регіонах України на базі регіональних прес-клубів, медіа-об'єднань, культурно-просвітницьких організацій. Проект є мультимедійним і передбачає в його структурі Інтернет-видання, стрім-канали, продакш-центри, які створюватимуть медіа-продукт для його поширення власним агентством [7].

Крім участі в наукових дискусіях стосовно ролі і місця торговельних інтеграційних мега-блоків у світовій економіці, слід також забезпечити отримання інформації стосовно питань порядку денного торговельних блоків, на базі якої можна оцінити їхній вплив на економіку України та проводити заходи, спрямовані на мінімізацію потенційного негативного впливу.

Розвиток міжнародного туристичного співробітництва є першочерговим напрямком діяльності **Державної служби туризму і курортів України**. Передбачається системна робота щодо розвитку міжнародних туристичних зв'язків на двосторонньому та багатосторонньому рівнях, а також забезпечення євроінтеграційного напрямку співробітництва, інтеграції України у європейську спільноту, ефективного використання туристичних ресурсів, просування національного турпродукту на світовому ринку, розбудови транскордонної інфраструктурної мережі, забезпечення зайнятості, розвитку національної економіки та культури [9].

Україна бере активну участь у проектах ЦЄІ “Стратегічний туристичний маркетинг”, “Мережа центрів туристичної інформації в країнах ЦЄІ”, “Розвиток сільського туризму в країнах ЦЄІ”, «Розвиток культурного туризму в країнах ЦЄІ», є учасником міжнародного проекту ЮНВТО-ЮНЕСКО “Туризм по Великому Шовковому шляху”.

Поглиблюється Євроінтеграційний напрямок України, насамперед, з урахуванням завдань адаптації туристичного законодавства України до відповідних Директив і стандартів ЄС; лібералізації прикордонних і митних формальностей для туристів, які здійснюють подорожі між Україною та державами-членами ЄС, що є для України генеруючими туристичними ринками; приведення якості туристичних послуг до міжнародних стандартів, гармонізації системи стандартизації та сертифікації підприємств туристичної та курортної сфери, що надають послуги розміщення та харчування в Україні, з нормами ЄС; залучення фінансової та технічної допомоги з боку ЄС у туристичну та курортну галузь України щодо реалізації пріоритетних проектів розвитку туризму, розбудови інфраструктури туризму впродовж транспортних коридорів, а також популяризації позитивного туристичного іміджу України на європейському ринку [9].

Передумовою подальшого розвитку туризму в Україні відповідно до тенденцій світового туристичного ринку є залучення до міжнародної законодавчої та нормативно-правової бази туризму, передових надбань найбільш розвинутих туристичних держав світу, впровадження стандартів якості туристичного обслуговування, прогресивних технологій, передових систем і методів підготовки та підвищення кваліфікації кадрів, використання можливостей світового інформаційного простору, наукових досліджень, досвіду державного регулювання та стимулювання галузі туризму, практики створення організаційно-фінансових засад функціонування туристичної індустрії.

За безпосереднього сприяння колишньої Державної туристичної адміністрації України 18 жовтня 2005 р. Україна стала членом Європейської туристичної комісії (ЄТК). Головною метою ЄТК є створення спільного поля європейського туризму через проведення відповідної політики та діяльності, насамперед рекламно-інформаційної, з просування інтегрованого іміджу та корпоративного турпродукту об'єднаної Європи на світовому ринку. Ця подія стала важливим кроком на шляху входження України до організаційних структур ЄС, що має стратегічне значення з огляду на можливості використання механізмів ЄС, у тому числі фінансових, для підвищення ефективності національної туристичної галузі, просування українського турпродукту на європейському ринку, впливу на туристичні потоки з точки зору їх спрямування на розвиток в'їзного туризму в Україну, реалізації євроінтеграційного курсу України [8].

Держтуризмкурортів постійно вносить пропозиції з питань розширення переліку країн, з якими встановлюється безвізовий режим в'їзду їх громадян до України, за рахунок включення до нього у перспективі країн, які не становлять небезпеки для України з точки зору нелегальної міграції. Також Держтуризмкурортів постійно працює щодо забезпечення права українських громадян на вільні подорожі та свободу пересувань, вільного доступу до турпродукту іноземних країн відповідно до документів ООН щодо туризму, зокрема Загальної декларації прав людини, Хартії туризму, рішень Гаазької конференції, Глобального етичного кодексу туризму.

Всеукраїнська громадська організація - *Туристична Асоціація України* - створена в квітні 1998 році на підставі законів України "Про туризм" і "Про об'єднання громадян". Засновниками цього професійного об'єднання є трудові колективи провідних підприємств туристичної галузі нашої держави. Головна мета Асоціації - об'єднання зусиль працівників туристичної та суміжних галузей для спільних дій по захисту своїх законних прав, задоволенню професійних і соціальних інтересів, сприяння розвитку туризму в Україні.

Проблема забезпечення позитивного сприйняття України у світі посідає одне з центральних місць у зовнішньополітичній діяльності держави. З початку становлення незалежної України її міжнародний імідж значною мірою зумовлював просування нагальних зовнішньополітичних завдань української держави: її

міжнародного визнання світовим співтовариством, закріплення її статусу в міжнародних організаціях та режимах, забезпечення міжнародної підтримки проведенню економічних реформ в Україні.

В умовах становлення української державності відсутність належної інформації про Україну як у широкої світової громадськості, так і в політичній еліті більшості держав світу вимагали від її владних структур приділити особливу увагу проблемі формування та закріплення міжнародного іміджу України. В основних напрямках зовнішньої політики України її важливою складовою була визначена функція "проведення активної інформаційно-аналітичної роботи, спрямованої на роз'яснення своєї внутрішньої і зовнішньої політики, формування прихильного ставлення до України в парламентських, урядових і неурядових колах" інших держав.

Заходи, спрямовані на формування позитивного іміджу, охоплюють:

- безпосереднє централізоване розповсюдження фактичної, статистичної та довідкової інформації про Україну;
- організацію поїздок представників іноземних держав (співробітників наукових та парламентських структур, неурядових організацій), міжнародних організацій, іноземних ЗМІ;
- встановлення постійних контактів із впливовими політиками, політологами, представниками ЗМІ в країнах світу тощо [8].

Сприяє формуванню позитивного іміджу України й **українська діаспора**. Залучення її інформаційного, інтелектуального, культурного та фінансового потенціалу підвищує ефективність таких заходів, а політичний та суспільний вплив, якого в деяких державах набули представники української діаспори, виступає самостійним фактором формування позитивного іміджу України.

На сьогодні міжнародне співробітництво в інформаційній сфері здійснюється на підставі низки міжнародних договорів. Міжурядові та міжвідомчі угоди в інформаційній сфері укладено з понад 30 країнами світу.

Інформаційній присутності України в світі, формуванню позитивного іміджу і забезпеченню національних інтересів держави сприяють також впровадження та розвиток інтернет-мовлення, прискорена розбудова інтернет-вузлів, зокрема на Азію, Океанію та Австралію, технічне до оснащення наявних потужностей, подальше впровадження комп'ютерних та інформаційних технологій.

Останнім часом в Україні почали здійснюватися кроки, спрямовані на наближення національної системи стандартизації до правил та принципів, на основі яких побудована система стандартизації в ЄС. Зокрема, відповідно до Розпорядження Кабінету Міністрів України від 26 листопада 2014 р. № 1163-р (виданого на виконання абзацу другого пункту 6 розділу VI «Прикінцеві та перехідні положення» Закону України «Про стандартизацію») визначено, що з січня 2015 р. функції національного органу стандартизації виконує державне підприємство «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості» (ДП «УкрНДНЦ»). Це підприємство належить до сфери управління Міністерства економічного розвитку і торгівлі України і є провідною науковою установою у сфері стандартизації з 1991 року (підприємство реорганізовувалось і змінювало назву), володіє необхідною науково-технічною базою і практичним досвідом у цій сфері. Сьогодні це підприємство поміж іншого здійснює експертизу проектів національних стандартів, видання та розповсюдження національних стандартів і є розробником основоположних стандартів національної системи стандартизації.

На сьогодні фонд національних стандартів налічує 27,5 тис. документів, в тому числі 7436 національних стандартів, гармонізованих з міжнародними та європейськими

стандартами. У 2014 році прийнято 30 національних стандартів, з них 27 національних стандартів, гармонізованих з міжнародними та європейськими стандартами [9].

Концепція "Широкої Європи", тобто розширення єдиного європейського простору на схід, включаючи передусім Україну, передбачає невід'ємною частиною єврологістику, створення єдиної Європейської транспортно-логістичної системи, яка через мережу міжнародних транспортних коридорів і логістичних центрів пов'язуватиметься з транспортно-логістичними системами Азії та інших континентів і частин світу, що нині формуються. Україна, маючи надзвичайно вигідне транзитне становище та розвинуту транспортно-логістичну інфраструктуру, повинна зайняти в цій системі чільне місце.

У проектах єврологістики важливе місце належить Україні, що пов'язано з її надзвичайно вигідним транзитним положенням. Про це свідчить найвищий серед країн Європи транзитний рейтинг (3,75 балів - розрахунки британського інституту Rendell). Визначають такі напрями участі України в Європейській транспортно-логістичній інтеграції:

- 1) пан'європейські транспортні коридори ПЄК (англ. - PBC);
- 2) трансконтинентальні транспортні коридори (ТКТК) (англ. - TCTC);
- 3) пан'європейські транспортні зони;
- 4) міжнародні логістичні термінали (або центри) (МЛТ) (англ. - ILT).

Через територію України проходять чотири ПЄК (№ 3, 5, 7, 9); чотири ТКТК (ЕАТК "TRASEKA", "Європа - Азія", "Балтика - Чорне море", Чорноморське транспортне кільце); Україна належить до Чорноморської пан'європейської транспортної зони (Black Sea PETA), що виокремлена як пріоритетна в ЄС. На інтеграцію України в Європейську транспортно-логістичну систему, визначену як стратегічний напрям розвитку держави, зорієнтовані такі державні документи: "Програма створення і функціонування національної мережі МТК в Україні" (1998), "Комплексна програма утвердження України як транзитної держави у 2001- 2010 роках" (2001), "Концепція розвитку транспортно-дорожнього комплексу України на середньостроковий період і до 2020 року" (2001) "План дій Україна - Європейський Союз, Політика сусідства" (2005), а також "Програма формування мережі логістичних центрів у системі міжнародних транспортних коридорів України", що нині розробляється [9].

Перспективні напрями та проекти подальшої розбудови Пан'європейської транспортно-логістичної інтеграції обов'язково враховують Україну як важливу європейську державу. Як країна з одним із найбільших у світі природно-ресурсним, транзитним і рекреаційним потенціалом, Україна має вигідно їх використовувати, розвиваючи як транспортно-логістичний, так і туристично-логістичний напрями інтеграції в європейські та світові господарські структури.

Державна програма забезпечення позитивного міжнародного іміджу України до 2020 року визначає такі його характеристики:

- країна з багатою, унікальною культурою та історичною спадщиною;
- країна з демократичним ладом;
- країна з розвинутою високотехнологічною індустріальною базою;
- надійний і передбачуваний партнер.

Формування такого іміджу потребує посилення інформаційно-пропагандистської діяльності органів виконавчої влади.

Перевагою Програми є спрямованість на "вироблення єдиного комплексного підходу до формування та здійснення інформаційно-пропагандистської політики держави, яка б охоплювала різноманітні сторони її життя. Державна іміджева політика повинна забезпечити узгоджені дії органів державної влади та громадських організацій

на цьому напрямі на основі використання економічного, інтелектуального та культурного потенціалу українського суспільства” [9].

Стратегія сталого розвитку "Україна - 2020" (далі - Стратегія) визначає мету, вектори руху, дорожню карту, першочергові пріоритети та індикатори належних оборонних, соціально-економічних, організаційних, політико-правових умов становлення та розвитку України. Метою Стратегії є впровадження в Україні європейських стандартів життя та вихід України на провідні позиції у світі. Схвалено Указом Президента України від 12 січня 2015 року № 5/2015.

Задля цього рух уперед здійснюватиметься за такими векторами:

- *вектор розвитку* - це забезпечення сталого розвитку держави, проведення структурних реформ та, як наслідок, підвищення стандартів життя. Україна має стати державою з сильною економікою та з передовими інноваціями. Для цього, передусім, необхідно відновити макроекономічну стабільність, забезпечити стійке зростання економіки екологічно невиснажливим способом, створити сприятливі умови для ведення господарської діяльності та прозору податкову систему;

- *вектор безпеки* - це забезпечення гарантій безпеки держави, бізнесу та громадян, захищеності інвестицій і приватної власності. Україна має стати державою, що здатна захистити свої кордони та забезпечити мир не тільки на своїй території, а й у європейському регіоні. Визначальною основою безпеки має також стати забезпечення чесного і неупередженого правосуддя, невідкладне проведення очищення влади на всіх рівнях та забезпечення впровадження ефективних механізмів протидії корупції. Особливу увагу потрібно приділити безпеці життя та здоров'я людини, що неможливо без ефективної медицини, захищеності соціально вразливих верств населення, безпечного стану довкілля і доступу до якісної питної води, безпечних харчових продуктів та промислових товарів;

- *вектор відповідальності* - це забезпечення гарантій, що кожен громадянин, незалежно від раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, мовних або інших ознак, матиме доступ до високоякісної освіти, системи охорони здоров'я та інших послуг в державному та приватному секторах. Територіальні громади самостійно вирішуватимуть питання місцевого значення, свого добробуту і нести будуть відповідальність за розвиток всієї країни;

- *вектор гордості* - це забезпечення взаємної поваги та толерантності в суспільстві, гордості за власну державу, її історію, культуру, науку, спорт. Україна повинна зайняти гідне місце серед провідних держав світу, створити належні умови життя і праці для виховання власних талантів, а також залучення найкращих світових спеціалістів різних галузей [9].

Програма популяризації України у світі та просування інтересів України у світовому інформаційному просторі. Головна мета - формування довіри до України, спрямування її позиціонування у світі на користь політичним та економічним інтересам України, а також на зміцнення її національної безпеки і відновлення територіальної цілісності. Ключове завдання - формування позитивного іміджу України як європейської, демократичної, конкурентоздатної держави із сприятливим бізнес-кліматом, зі своїм унікальним місцем у світовому розподілі праці та інтегрованої у глобальні ланцюги створення доданої вартості.

Програма фокусуватиметься на забезпеченні:

- підсилення інституційної спроможності для здійснення міжнародних стратегічних комунікацій;

- синергії зусиль органів влади, бізнесу та громадянського суспільства для просування України у світі;

- збільшення та оптимізації присутності України на міжнародних заходах та майданчиках; присутності у міжнародному академічному, культурному та громадському середовищі;

- комунікації щодо успіху реформ та перетворень, що здійснюються в Україні;

- формування і просування бренд-меседжів про Україну: Україна - країна свободи і гідності; Україна - країна, що реформується, незважаючи на виклики; Україна - хаб для інвестицій; Україна - країна високих технологій та інновацій; Україна - країна, приваблива для туризму; Україна - країна із визначними культурними та історичними традиціями;

- регулярного відкритого діалогу із спільнотою світових лідерів думки, експертів та медіа, які висвітлюють або коментують українську тематику;

- формування сталих ефективних комунікацій з українською діаспорою та використання її потенціалу.

Основною проблемою, що стримує процеси розвитку сфери туризму України, є недостатній рівень її фінансування і підтримки з боку держави. Саме тому мають бути розроблені прозорі механізми створення спеціалізованих цільових фондів, що можуть бути використані з метою фінансування сфери туризму за рахунок субсидування і дотування окремих суб'єктів. Їх формування має відбуватися за рахунок створення сприятливих умов для залучення коштів господарюючих суб'єктів туристичної сфери, а також інвестицій, як в межах країни, так і з-за кордону.

Висновки

1) Останні роки продемонстрували чітку залежність процесів стабілізації дестабілізації сучасних держав від того чи іншого функціонування їх інформаційних інфраструктур. Йдеться вже не просто про інформаційну цивілізацію, в яку вступили розвинуті держави, а про постінформаційну.

2) Інформаційна політика держави аналізує організацію інформаційного простору, типи споживання інформаційного продукту на певній території, інформаційні уподобання населення. Її також цікавить використання інформаційного ресурсу для різних суспільних цілей. Відповідно, ключовим аспектом предмета інформаційної політики є дослідження структури й закономірностей розвитку інформаційних процесів у соціальному середовищі.

3) Здійснення національної інформаційної політики в контексті євроінтеграційної стратегії України та наближення до європейських стандартів у сфері інформації та комунікації зумовлює динаміку змін в інформаційній сфері держави, стимулює позитивні зрушення у використанні нових комунікаційних послуг, впливає на вдосконалення інформаційного законодавства, сприяє розвитку суспільного телерадіомовлення та національного сегмента мережі Інтернет, забезпечує поступове поліпшення фінансового становища ЗМІК та примноження культурного і медійного розмаїття України

4) Важливим в інформаційному туристичному просторі України формування і просування бренд-меседжів про Україну: Україна - країна свободи і гідності; Україна - країна, що реформується, незважаючи на виклики; Україна - хаб для інвестицій; Україна - країна високих технологій та інновацій; Україна - країна, приваблива для туризму; Україна - країна із визначними культурними та історичними традиціями.

ЛІТЕРАТУРА

1. Закон України "Про Національну програму інформатизації" // ВВР. – 1998. – № 27–28. – Ст. 181.

2. Акімова І., Біль Д., Брюкер Г., Вінценц Ф., Гаврилишин Б. Україна на шляху до Європи / Л.Хоффманн (ред.), А. Гур'янова (пер.), Ф. Мьоллерс (ред.) - К., 2001.

3. Домарев В. В. Безопасность информационных технологий. Методология создания систем защиты. – Киев: ДиаСофт, 2004. – 688 с.
4. Донченко Л.М. Проблеми та перспективи державної підтримки розвитку туризму / Л.М. Донченко, Н.П. Гостева // Держава та регіони. Сер. “Державне управління”. - 2010. - №1. - С.37-42.
5. Журавський В., Радіонов М., Жиляєв І. Україна на шляху до інформаційного суспільства - К., 2004.
6. Макаренко Є. А. Політичні доктрини глобальної інформаційної безпеки. – Режим доступу: http://www.its.org.ua/biblioteka/makarenko_18.htm.
7. Мельниченко О.А. Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму [Електронний ресурс] / О.А. Мельниченко // Державне будівництво. - 2010. - №2. - http://tourlib.net/statti_ukr/melnychenko_o2.htm.
8. Національна стратегія розвитку інформаційного суспільства України. Проект ГРГ "Електронна Україна". К., 2004.
9. http://www.its.org.ua/biblioteka/dod_kuzn_gorb.htm.

АННОТАЦИЯ

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА В СФЕРЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

В статье рассматривается вопрос о роли информационной политики государства в процессе развития туристической деятельности. Исследуются различные аспекты информационной политики государства, включая выявление формата и методологии исследования в условиях глобализации средств массовой коммуникации.

Акцентируется внимание на информационном статусе государства; информационной политике государства как отрасли социальной информатики; основных задачах информационных процессов в туризме; причинах необходимости формирования действенной государственной информационной туристической политики; мероприятиях, направленных на формирование положительного туристического имиджа Украины; оценке информационно-коммуникативных платформ развития туристической деятельности; государственных программах обеспечения позитивного международного имиджа Украины.

Ключевые слова: *информационная политика государства, туристическая информационная политика, положительный туристический имидж Украины.*

SUMMARY

INFORMATIONAL STATE POLICY IN TOURISM FIELD

The article deals with the role of information state policy in the development of tourism. The different aspects of information policy have been researched including the identification of format and methodology in the context of globalization of the mass communication.

The attention is focused on the information status; information policy of the state as the field of social science; information processes main tasks in tourism; reasons for the need to develop effective tourism policy of the state information; activities aimed at promoting a positive tourist image of Ukraine; assessment of informational and communicative platforms of development of tourism; government programs providing positive international image of Ukraine.

Keywords: *information policy, information status, tourist information*