

Кифяк Василь Ф.

РОЛЬ КУЛЬТУРЫ В ФОРМИРОВАНИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО СПРОСА

Ведущую роль в координации и стандартизации мировой культурной и туристической деятельности играют ЮНЕСКО и Всемирная Туристическая Организация. Мероприятия, которые проводятся этими международными организациями, в которых принимают участие представители культуры и туризма ведущих стран мира, являются действенным механизмом международного сотрудничества, а принимаемые ими решения – основой для разработки практических рекомендаций на национальном уровне.

Культура определяется известными людьми и учеными по-разному. Одни утверждают, что это „совокупность материальных и духовных ценностей, созданных человечеством на протяжении его истории” (*Новый толковый словарь...2000*), другие, что это „уровень развития общества в определенную эпоху” или то „что создается для удовлетворения духовных потребностей человека” (*Новый толковый словарь...2000*). На бытовом уровне существует мнение, что это образованность и воспитанность. На конференции в Мехико (в 1981 г.) были провозглашены два определения культуры. Первое – общего характера, базирующиеся на культурной антропологии и включает все, что создано человеком дополнительно к природе: общественное мнение, хозяйственную деятельность, производство, потребление, литературу и искусство, образ жизни и человеческое достоинство. Второе определение – специализированного характера, построенное на „культуре культуры”, то есть на моральных, духовных, интеллектуальных и художественных аспектах жизни человека (Квартальнов 2001).

Для Украины глубокое изучение и всестороннее использование памятников истории, культуры, архитектуры имеет особенное зна-

чение, поскольку в современной Украине происходят принципиальные демократические, социальные, экономические, духовные изменения. Изучение, сохранение и реставрация объектов культурного наследия является необходимым условием предупреждения процессов разрушения национального богатства Украины и сохранению духовности народов, которые проживают на ее территории.

Согласно закона Украины *Об охране культурного наследия* культурное наследие за видами разделяют на археологические объекты, исторические, монументального искусства, архитектуры и градостроения, садово-паркового искусства, ландшафтные.

По назначению культурное наследие принято делить на следующие категории:

- наследство, которое используется в основном туристами (памятники, фестивали, специальные представления и др.);
- наследство смешанного использования (менее значимые исторические и культурные достопримечательности, музеи, театры, заповедники и тому подобное);
- наследство, которое используется в основном местным населением (культовые объекты, кинотеатры, библиотеки и др.).

Для обеспечения действенного сотрудничества разных организаций в сфере культуры и туризма необходима взаимная информированность об основных направлениях совместной работы.

Политика туристического развития должна отражать следующие основные аспекты:

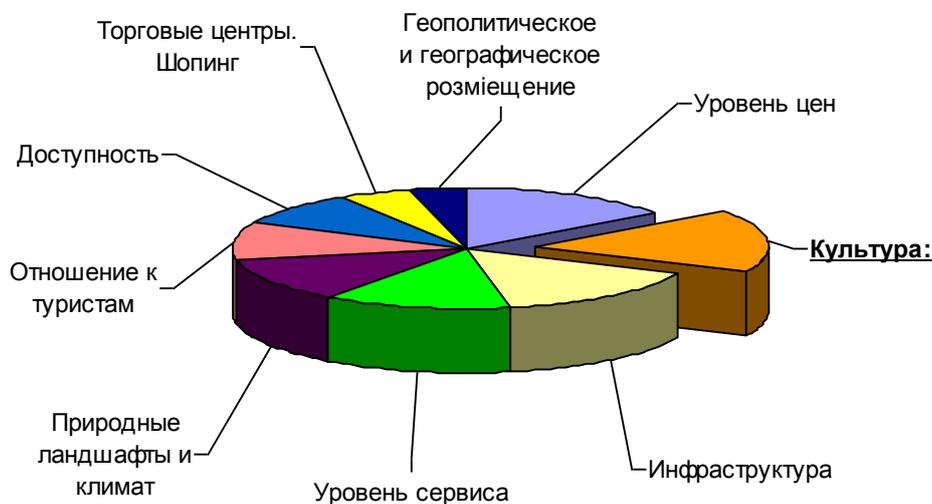
- 1) подготовку перечня туристических ресурсов, причем особенно внимания заслуживает классификация культурного наследия и определение наиболее важных объектов для развития туризма;
- 2) определение основных туристических регионов и мест туристического назначения, а также обеспечение соответствующих мероприятий по охране местных достопримечательностей культуры, истории, архитектуры;
- 3) использование с целью развития туризма творчества местного населения (искусство, фольклор, ремесла, обычаи, традиции, обряды);
- 4) проведение мероприятий направленных на воспитание у туристов и местного населения уважения к культурным ценностям региона.

Сегодня, по нашему мнению, проблема использования, сохранения и освоения культурного наследия может и должна решаться не только на общеукраинском но и на региональном уровне с учетом тенденций глобализации, развития информационных технологий и включению культуры отдельных регионов в мировые процессы.

Учитывая поликонфессиональность и полиэтничность большинства регионов страны, эти проблемы приобретают особенную актуальность.

Буковина может быть своеобразным примером такого явления. Ведь культурное наследие Черновицкой области представлено большим историческим периодом от достопримечательностей средневековья к уникальным объектам XX века (Кифяк 2007).

Исследование проведенное на территории Черновицкой области дало возможность нам определить те факторы, которые влияют на привлекательность туристического региона и которые вызывают наибольшую мотивацию к путешествию и интерес к туристическим поездкам, а также определить роль и место культуры в формировании туристического спроса (рис. 1).



Культура: изобразительное искусство; литература; архитектура; музыка и танцы; традиции, обряды народные промыслы; национальная кухня; музейное дело; религия; другие

Рис. 1. Факторы влияния на туристическую привлекательность региона

Как видим из рисунка 1, культуре, среди факторов, которые больше всего влияют на туристическую привлекательность региона, отводится главное место. Таким образом, главной составляющей туристического продукта Черновицкой области являются культурно-познавательные объекты, которые в первую очередь удовлетворяют потребности туристов и больше всего влияют на формирование туристического спроса.

Следовательно, наше культурное наследие имеет давние европейские корни и является признаком нашей европейской культурной идентичности и образцом самобытности. В результате разнослойных взаимовлияний, диалогов разных культур создан уникальный культурный продукт, который стал привлекательной частью туристического продукта.

В подтверждение нашего исследования относительно определения факторов, которые влияют на туристическую привлекательность региона приводим мнения других ученых. В своих определениях составляющих туристического продукта В.Т.К. Миддлтон, Дж. Ч. Холлоуей, Ч. Робинсон, Я. Качмарек, А. Стасяк, Б. Влодарчик считают, что:

туристический продукт территории охватывает такие элементы, как природные и антропогенные достопримечательности, инфраструктуру и услуги места посещения, а также его доступность, внешнее представление и цену, которую должен уплатить потребитель (Качмарек, Стасяк, Влодарчик 2008).

Ставя за цель поиск и изучение достопримечательностей истории и культуры Черновицкой области и использования их в качестве объектов показа для развития культурно-познавательного туризма, мы считаем необходимым решения следующих заданий:

- показать роль культурного наследия как ресурса, который формирует туристический спрос и способствует социокультурному развитию отдельного региона и Украины в целом;
- обнаружить региональную специфику историко-культурного наследия и возможности ее использования во въездном и внутреннем туризме;
- разработать классификацию и типологию объектов культурно-исторического наследия, которые могут использоваться в туризме;
- провести экономический анализ эффективности использования

достопримечательностей истории, культуры, архитектуры в развитии туризма в регионе;

– определить наиболее перспективные формы и методы организации и проведения индивидуального и группового культурно-просветительного туризма;

– разработать предложения по эффективному использованию объектов культурного наследия и перестройке соответствующей инфраструктуры.

Неотъемлемой частью процесса постепенного формирования новой концепции развития культуры и туризма должно стать создание новых форм культурного туризма. Это обуславливает необходимость трансформации уже известных форм туризма по мере того, как его роль в жизни общества становится все более значимой.

Трансформация туризма включает изменение предложения и спроса. Экономическое, социальное и культурное развитие общества влияет на туристический спрос (увеличение числа деловых поездок, выездов выходного дня, экскурсий и тому подобное).

Примером нового подхода к развитию традиционных форм туризма являются рекомендации относительно повышения уровня культурного содержания тура путем включения в его программу знакомства с местными выдающимися достопримечательностями, даже если речь идет об организации краткосрочной экскурсии или специализированного тура.

Сегодня в мире разработана концепция адекватного туризма, который основывается на сохранении и использовании национального наследия и традиций местности. Согласно этой концепции адекватным называют туризм, который базируется на уникальных ресурсах местности, активно содействующий сохранению и рациональному использованию ее культурного, исторического и природного наследия.

Каждый регион владеет уникальным наследием. Для определения базы необходимой для развития адекватного туризма в регионе, следует ответить на вопрос: „Какими ресурсами уникальна конкретная местность относительно других территорий?” и „Каким образом ресурсы конкретной местности могут быть использованы в целях туризма?”.

Выделяют четыре принципа адекватного туризма:

- 1) активне содействие в сохранении наследия местности – культурного, исторического и природного;
- 2) выделение уникальности наследия местности относительно других регионов;
- 3) воспитание у местного населения ощущения гордости и ответственности за уникальное наследие;
- 4) разработка программы развития туризма на основе использования уникального наследия местности.

Культурное наследие Буковины имеет свою локальную идентичность, сформированную на протяжении длительного исторического периода. Оно формировалась в тесном европейском контексте. Эти территории находились в контакте и под воздействием разных культурных эпох. Античная культура оставила свое влияние через торговые связи и пограничные контакты. Средневековье оставило на наших землях замки, сакральные здания, планирование городов. Новые времена принесли к нам открытое к природе градостроение с парковыми ансамблями.

Однако, эффективность использования культурного наследия в развитии туризма является низкой, а влияние на развитие экономики региона – незначительным.

Сегодня кроме услуг, которые входят в состав туристического продукта, или так называемых характерных услуг, активно должны предлагаться сопутствующие услуги. Возьмем, например, народные промыслы. Регион, который принимает туристов, должен предлагать им широкий ассортимент сувениров, выполненных местными мастерами и ремесленниками. Однако следует помнить, что памятный сувенир, изготовленный не в стране посещения, или в другом регионе, теряет для туриста свою значимость и воспринимается как подделка.

Все виды сувенирной продукции, а также другие необходимы туристу товары, должны быть доступными и продаваться в удобно расположенных магазинах или торговых точках. Мотивы приобретения и свободной траты денег достаточно сильные во время путешествия, и потому туристические товары должны изготавливаться в ассортименте, который имеет особенный спрос у туристов. В некоторых туристических центрах создаются специальные магазинчики

в национальном стиле, где местные мастера изготавливают изделия непосредственно в присутствии покупателей. Эта форма торговли сувенирной продукцией является своеобразной выдающейся достопримечательностью региона и вызывает достаточно большой интерес у туристов.

Вместе с тем, в эффективном использовании достопримечательностей истории, культуры, архитектуры в развитии туризма существуют определенные проблемы. Все, что осталось и сохранилось до нашего времени, как культурное наследие, находится на попечении разных институций разных ведомств и разного подчинения. Это осложняет формирование туристического продукта и требует согласованных механизмов координации. Функционирование этих институций направлено на фиксацию достопримечательностей, их консервацию, научное исследование. На популяризацию же недостает ресурсов. Не хватает средств и на то, чтобы остановить природные разрушительные процессы и провести реставрационные работы.

Большая часть культурного наследия находится в музеях и галереях в хранилищах, и только мизерная частица (5–7% всех фондов) показана в экспозициях. Как экспозиции, так и фонды далеки от состояния, которое отвечало бы современным требованиям и потребностям. Через ряд субъективных и объективных причин запущена научная и особенно педагогическая деятельность музеев (*Культурное наследие региона...*).

Туризм может не только приносить доходы региону, но и дает местному населению основание гордиться своим уникальным наследием и предоставляет возможности делиться им с туристами. Если общество будет это учитывать, то сможет создать систему рационального использования уникальных ресурсов для туризма.

Успешное развитие туризма, а следовательно, массовое привлечение потенциальных туристов зависит от действий, направленных на сохранение культурных, исторических и природных ресурсов местности. Разработка и реализация программ по использованию историко-культурного и природного потенциала региона в развитии туризма решит одну из важнейших его проблем – проблему круглогодичного формирования туристического спроса – путем предложения разнообразных форм межсезонного туризма, которые допускают использование элементов культуры.

Литература

- Новый толковый словарь украинского языка*, 2 т., 2004, Составители: Василий Яременко, Оксана Слипушко.
- Квартальнов в. А., 2001, *Туризм*, Финансы и статистика, Москва.
- Закон Украины „Об охране культурного наследия”*, 2000, Ведомости Верховного Совета (ВВС), No 39.
- Кифяк В.Ф., 2007, *Теоретические вопросы анализа исходных условий формирования и классификации территориально-рекреационных систем*, Научный вестник Черновицкого торгово-экономического института КНТЭУ, Книги-XXI, Черновцы.
- Качмарек Я., Стасяк А., Влодарчик Б., 2008, *Туристический продукт*, Москва.
- Культурное наследие региона как туристический продукт:*
www.bucoda.cv.ua/tour