

Vasyl Kyfyak

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КУЛЬТУРНО- ИСТОРИЧЕСКОГО НАСЛЕДИЯ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Культура занимает центральное место в жизни человека касаясь всех аспектов политической, социальной и экономической жизни.

Сегодня становится очевидным, что культура играет важную роль в жизни общества, которая заключается прежде всего в том, что культура выступает средством аккумуляции, хранения и передачи человеческого опыта.

Известные ученые Э. Дюркгейм и М. Вебер считают, что именно культура обеспечивает целостность общества и его развитие, оказывает существенное влияние на все сферы общественной жизни и, прежде всего на экономику.

Для понимания места и роли культуры в жизни общества большое значение имеет выяснение взаимодействия культуры с разными сферами общественной жизни и, в частности, со сферой туризма. Использование культурно-исторического наследия в сфере туризма и определение его влияния на последующее развитие туризма в регионе исследовались многими известными зарубежными и украинскими учеными. Так, польские ученые Яцек Качмарек, Анджей Стасяк, Богдан Влодарчик, в своем труде *Produkt turystyczny* отмечают, что важным элементом формирования туристического продукта являются культурные условия (Kaczmarek, Stasiak, Włodarczyk 2005, с. 52). Румынские ученые Василе Дину, Александр Неделеа в научных исследованиях проведенных в Сучавском уезде (Румыния), культурно-историческое наследие определяют главной причиной посещения региона местными и иностранными туристами.

По их мнению туристические потоки в регион связаны с посещением объектов сакрального искусства, памятников архитектуры, мест жизни и деятельности Штефана чел Маре, Михая Еминеску и других известных государственных и культурных деятелей (Nedelea 2005, с. 488–496).

Украинские ученые Кравцов в.С., Пила в.И., Стеченко д.М., Шевчук л.Т., Чмир о.С. и много других отмечают, что концентрация в одном месте большого количества достопримечательностей истории, культуры, архитектуры, религии положительно влияют на формирование туристических потоков в этот регион. В частности Шевчук Л.Т. считает, что наличие геопространственных „фокусов” („ядер”) туристической жизни и деятельности стягивают к себе миграционные потоки рекреантов (памятники природы, исторические памятники, уникальные архитектурные сооружения, места, которые вызывают сентиментальные чувства, так называемые святые места, апостольские столицы)” (Шевчук 2007, с. 290).

Вместе с тем состояние большинства религиозных святынь, архитектурных сооружений, исторических памятников, шедевров мирового искусства требуют возобновления и реставрации.

Профессора Школа И.М., Ореховска т.М. и другие ученые единодушны в своих утверждениях, что сфера туризма используя в своей деятельности достопримечательности культурного наследия „способная вовлекать в их сохранение и возобновление финансовые возможности туристических, гостиничных, оздоровительных и других рекреационных предприятий нашей страны” (Школа, Вдовічен, Ореховська 2008, с. 100).

Использование культурно-исторического наследия в туристической деятельности или так называемый культурный туризм раскрывает ценность культурного наследия, вызывает ответственность за использование, хотя и из прагматичных мотивов, но и эти мотивы могут привести к расширению круга общей ответственности за культуру, к выявлению экономических аспектов культуры и к более полному использованию культурного наследия в научном, образовательном, воспитательном и других аспектах.

Развитие культурного туризма – один из приоритетных видов туризма XXI века. Его философия – личное открытие человеком исторических мест и достопримечательностей, восприятие огромно-

го художественного наследия, эстетичное переживание и духовное обогащение. Одновременно – это и прямое общение между людьми, формирование взаимопонимания между ними и уважения к другой культуре. Именно в этом заключается привлекательность разнообразных национальных программ, фестивалей, чествования исторических событий. Уже сегодня без культурной программы не происходят никакие политические, деловые или даже спортивные мероприятия.

С другой стороны – это огромный сектор экономики, где может развязываться большое количество местных проблем: от занятости населения к поддержке реставрационных и обновительных работ, от развития уникальных производств к традиционным промыслам. Это важный источник внебюджетных инвестиций, финансовой поддержки объектов культуры, надежный способ улучшить социальное положение населения.

Именно поэтому неотложным является определение функций, через которые реализуется роль культуры в туристической сфере.

Для примера возьмем один из самых богатых на культурно-историческое наследие и современную культуру – Карпатский регион Украины, который имеет определенные особенности в своем историческом развитии.

Культурное наследие этого региона имеет ряд особенностей и свою локальную идентичность, сформированную на протяжении длительного исторического периода. Она складывалась 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 этих землях замки, сакральные здания, планирование городов.

Торговые пути, которые соединяли Запад и Восток, были и путями культурного диалога, путями паломников к духовным источникам, дорогами студентов к университетам, каналами распространения идей, знаний, законов и норм, которые играли значительную цивилизационную роль.

Новые времена принесли к нам открытое к природе градостроение с парковыми ансамблями. В это время большие влияния имели путешествия элит к европейским культурным центрам. Они описы-

вались в литературе, распространяли моду на архитектуру, живопись, культуру общения и тому подобное.

Рост коммуникационной сети и промышленных агломераций происходил на сформированных в предыдущие эпохи коммуникационных сетях. Они впитали у себя локальные элементы культуры, что и отличает нас от других регионов и соединяет с европейским пространством.

Наличие значительного культурно-исторического потенциала в Карпатском регионе Украины и о его мировом значении свидетельствуют „деревянная архитектура Карпат XIV–XIX ст.ст., трипольские поселения на Днестре, старославянские городища в Стильском, Плиснеске, Звенигороде, Васыливе, Непоротове, Рухотине; остатки древнего Галича в Крилосе, руины скальных крепостей в Спасе, Уриче, Розгирче, Бубнище.

С Карпатским регионом связана жизнь и деятельность Даниила Галицкого, Ярослава Осмомысла, Ивана Вышенского, Маркияна Шашкевича, Ивана Франка, Саломии Крушельницкой, Ольги Кобилянської и других известных людей. Здесь родились, жили и работали представители многих европейских культур.

В регионе сохранилась богатая духовная культура – своеобразные обычаи и обряды, народные промыслы, фольклор буковинцев, бойков, лемков, гуцулов” (Кифяк 2008, с. 65).

Включение исторического центра города Львова в список всемирного наследия ЮНЕСКО, достопримечательности истории, культуры, архитектуры Черновцов, Хотина, Мукачево, Ужгорода, Ивано-Франковска и других городов региона, традиции, обычаи и обряды – все это требует создания соответствующего туристического продукта и его реализации на международных туристических рынках. Пути познания и распространения культуры могут и должны стать путями туристическими.

Следовательно в туристической сфере роль культуры реализуется через такие функции как:

- познавательная;
- образовательная;
- воспитательная;
- патриотическая;
- интеграционная и другие.

Эти функции через освоение знаний, языков, символов, ценностей, норм, обычаев, традиций своего народа способствуют становлению индивидуума, формированию его отношения к труду, окружающей среде и обществу в целом.

Уровень культуры личности определяется ее социализацией – привлечением к культурному наследию, а так же степенью развития индивидуальных способностей.

Культура личности обычно ассоциируется с развитыми творческими способностями, эрудицией, пониманием произведений искусства, свободным владением родной речью и иностранными языками, аккуратностью, вежливостью, высокой нравственностью и т.д.

На эти функции особенное внимание обращал в своих исследованиях Э. Дюркгейм. Он, в частности, считал, что освоение культуры создает у людей – членов того или другого содружества ощущения общности, принадлежности к одной нации, народу, религии, группе и т.д.

Таким образом, культура объединяет людей, интегрирует их, обеспечивает целостность содружества, но пока не приносит существенных экономических поступлений.

Следующей важной проблемой, которая нуждается в срочном решении есть совершенствование подчиненности и управление культурно-историческим наследием.

Все, что сохранилось до нашего времени составляет то наследство, которое находится на попечении институций разных ведомств и разного подчинения. Как пример, в Черновицкой области взято на государственный учет 631 достопримечательность архитектуры и градостроения, с которых 92 культурно-исторических рекреационно-туристических объекта определены как объекты национального значения (Кифяк 2007, с. 114). Однако разная подчиненность осложняет формирование туристического продукта и требует согласованных механизмов координации действий.

Так, музеи, достопримечательности истории, культуры, относятся к управлению культуры и туризма. Достопримечательности архитектуры, градостроения и их охрана – к управлению архитектуры и градостроения. Достопримечательности природы – к управлению экологии и природных ресурсов, и еще много других управлений, отделов и служб, общественных организаций, которые имеют

сегодня прямое или косвенное отношение к культурно-историческому наследию влияют на его состояние. Функционирование этих институций направлено на фиксацию достопримечательностей, их консервацию и меньше на реставрацию и научные исследования. Бюджетных средств не хватает, чтобы остановить естественные разрушительные процессы, уже не говоря о популяризации и рекламе, где финансовые ресурсы практически не выделяются.

Большая часть культурного наследия находится в музеях и галереях, где только мизерная частица (5–7% всех фондов) показана в экспозициях.

Формирование туристического продукта требует включения элементов методики, инструментария и ресурсов рынка в функционирование институций сферы культуры. Без их участия, использования их компетентности, учета общественной функции и культурной ценности такая модель не будет выполнять общественноориентированных стратегических целей.

Процесс использования культурного наследия в сфере туризма можно схематически разделить на три этапа (www.bucoda.cv.ua/tour):

1. Отбор:
 - а) учет культурного наследия;
 - б) анализ состояния готовности к выведению на туристический рынок;
 - в) селекция за уровнем готовности.
2. Маркетинговые исследования:
 - а) обеспечение наиболее готовых объектов необходимыми ресурсами и туристическими услугами;
 - б) формирования инвестиционных проектов и потребностей в бюджетных дотациях для объектов низшего уровня готовности;
 - в) обеспечение ресурсов для консервирования объектов.
3. Рыночные процедуры:
 - а) обеспечение санкционирования туристических маршрутов;
 - б) формирование спроса, реклама;
 - в) мониторинг.

Особенностью культурного пространства Карпатского региона является и художественный потенциал, который накапливается местными традиционными художественными школами. Этот потенциал проявляет себя на художественных акциях, фестивалях, кото-

рые завоевали международный авторитет и входят в международные художественные сети.

Культурное наследие Львовской, Закарпатской, Ивано-Франковской и Черновицкой областей имеет давние европейские корни и является признаком европейской культурной идентичности и самобытности. В результате разносторонних взаимовлияний, диалогов разных культур создан уникальный культурный продукт, который может стать привлекательным туристическим продуктом.

История, культура, уникальные исторические достопримечательности, которые связаны с историческими или культурными традициями края и отдельными историческими личностями, это тот экономический потенциал, который может существенно изменить социально-экономическое состояние региона, но который почти не используется, через недооценку туристических возможностей региона местной властью и самими жителями.

„На Западе, в больших городах, люди имеют деньги, а здесь люди имеют богатство” таким тезисом просуммировали свои впечатления от экскурсии по Львову туристы из Швейцарии, „главное всего, чтобы вы не потеряли это богатство по пути к благосостоянию” (Салюк, <http://www.tourism.lviv.ua>).

Сохранена культурная самобытность на фоне аутентичного архитектурного комплекса – два компонента, которые необходимы для создания полноценного и привлекательного туристического объекта.

При использовании культурно-исторического наследия в сфере туризма нередко возникает дискуссия: Пропаганда среди туристов культуры как искусства, или как образа жизни? Важно также дать ответ на вопрос: Культура – это самодостаточная ценность, или культура это развитие?

Культурный туризм является важным фактором социально-экономического развития региона, и его значение все растет. В отдельных местах массового туристического паломничества власть даже вынуждена больше контролировать или ограничивать потоки посетителей, а не думать о привлечении новых. Культурный туризм – это искусство участия в другой культуре, и, бесспорно, именно поэтому подавляющее большинство туристов привлекает возможность познакомиться с реальной жизнью в тех местностях, куда они приезжают.

Известные эксперты по вопросам культурной политики Франсуа Матарассо и Чарльз Лендри в своей работе *Поиск равновесия: двадцать одна стратегическая дилемма культурной политики* (издание Британского Совета в Украине) описывая потребности иностранных туристов отмечают: „Они хотят ходить туда, куда ходят местные жители, питаться в тех же ресторанах, наслаждаться тем, что является неотъемлемой частью природы, культурно-исторического наследия и культуры этой местности” (Франсуа Матарассо... <http://www.lib.azh.com.ua>).

Создатели туристических продуктов должны не только искать способы, чтобы предоставлять услуги туристам в соответствии с желаемыми ими стандартами, но и туристическую инфраструктуру развивать с учетом местных интересов и потребностей. То есть, составляющей стратегических планов местного развития должны стать проекты, которые повышают качество жизни местных жителей и туристов. Так делается в отдельных европейских странах, где улучшение, например, экологической ситуации не только выгодное всем, но и привлекательное для туристов.

Такие государственные мероприятия, как кампания против засорения окружающей среды, установление различных указателей, улучшение надзора за общественным порядком, работой общественного транспорта, освещение улиц, надежные автостоянки и др., делают регионы привлекательными и для жителей, и для приезжих.

Следовательно культурно-историческое наследие и современная культура, через туризм стимулируют производительные силы в разных видах культурной деятельности, от посещения объектов, моды, музыки, и книгоиздания к услугам на основе цифровых технологий, дизайна, народных ремесел – в целом во всем, что можно отнести к творческим индустриям. Поддержка этого сектора обеспечивает населению постоянные и лучше оплачиваемые рабочие места, а региону экономическое и социальное развитие.

Информационные источники

Франсуа Матарассо, Чарльз Лендри, *Пошук рівноваги: двадцять одна стратегічна дилема культурної політики* (<http://www.lib.azh.com.ua>).

- Kaczmarek J., Stasiak A., Włodarczyk B., 2005, *Produkt turystyczny. Pomysł, organizacja, zarządzanie*, PWE, Warszawa.
- Кифяк В. Ф., 2007, *Теоретичні питання аналізу вихідних умов формування і класифікації територіально-рекреаційних систем*, Науковий вісник ЧТЕІ КНТЕУ №1, Чернівці.
- Кифяк В. Ф., 2008, *Організація туризму*, Чернівці.
- Nedelea A., 2005, *An analysis for tourism in the North-East Region of Romania*, international conference „The Tourist Industry as a Factor of Regional Development”, Chernivtsy Trade and Economic Institute of the Kiev National Trade and Economic University, Чернівці.
- Салюк А., *Аналітична довідка з проблем та перспектив розвитку туристичної привабливості історичних міст та збереження їх культурної самобутності* (<http://www.tourism.lviv.ua>)
- Шевчук Л. Т., 2007, *Соціальна географія*, Знання.
- Школа І. М., Вдовічен А. А., Ореховська Т. М. та ін., 2008, *Стратегія розвитку підприємств невиробничої сфери*, Чернівці.

Strony internetowe

www.bucoda.cv.ua/tour

