

SOME FEATURES OF CULTURAL TOURISM

Abstract: Cultural tourism is among the fastest growing segments of the tourism industry. Its development is influenced by a number of conditions and factors. Among them are the conditions such as modern transport, facilitated travel, as a result of the removal of a number of restrictions, such as visas, border controls, etc., which is specific to the EU countries, and in particular to the Schengen area.

Here are presented some theoretical views arising from the specificity of this type of tourism, such as its much less dependence on the weather and other natural conditions, as opposed to the two main types of tourism such as sea and winter recreation; the different interests of practitioners; the presence, in most cases, of prior information about the objects and manifestations thereof and others. Some basic concepts that are characteristic of this type of tourism, such as "culture", "art", cultural and historical heritage ", etc., are considered, which create a certain "cultural attractive gravity".

Author information:

Maria Grozeva

Assoc. Prof., PhD

National institute of geophysics, geodesy and geography –

BAS

✉ mariya_grozeva@abv.bg

🌐 Bulgaria

Keywords:

culture, art, civilization, cultural tourism,
cultural and historical heritage, attractive
cultural gravity

Увод

Културният туризъм е сред най-важните съставки на съвременната туристическата индустрия. Той привлича все повече туристи и много тясно е свързан с понятието „култура“. Туристите от цял свят проявяват нарастващ интерес към културните прояви.

За пръв път понятието „култура“, но не в съвременното му значение, е въведено в употреба от древноримския държавник, военен и литературен деец Марк Порций Катон - Стари (лат. *Marcus Porcius Cato*), живял между 234 и 149 г. пр. Хр. Катон, създава произведението си *Liber de agri cultura* (Книга по земеделие), известно още и като *De agri cultura* [19]. Освен държавник и политик, той е бил и едър земевладелец и е споделил своите виждания как да се облагородяват нивите и въобще как да се полагат грижи за подобряването на почвеното плодородие, а от там и получаването на по-богата реколта. По-късно понятието *agricultura* е проникнало в повечето съвременни европейски езици – италиански, френски, испански, португалски, английски, и други като синоним на „земеделие“ или „селско стопанство“. За този първоначален произход на понятието култура напомня и Хофстеде (2001), който пише: „Тази дума има няколко значения, които произтичат от латинския ѝ корен, свързан с обработката на почвата“ [8]. Много векове по-късно, приблизително по време на европейския Ренесанс това понятие се изпълва с ново, много по-богато съдържание и се разширява неговото приложно поле. В него вече се влага разбирането за усета и оценката на човека и обществото за естетичното, за

красивото в природата и в творчеството, разбирано като видове изкуства и междуличовешки отношения.

Що е култура и културен туризъм?

Съществуват много и то доста различни дефиниции в това отношение и поради тази многостранност и многосмисловост, която се влага в понятието, е много трудно да се създаде единно общоприето разбиране. Определенията на този термин са много голям брой. Например, Kroeber, A. L. and C. Kluckhohn (1952) са изброили над 200 различни дефиниции на култура, в които според тях се съдържат следните три основни пласта или значения:

„- Изтънчен оценъчен вкус в областта на изящните изкуства, музиката и хуманитарните науки, което най-често се определя като висока култура;

- Цялостен модел на човешко познание, вярвания и поведение, продукт на способността на хората за творчество и символно мислене, повлиян от унаследени традиции, както и придобит чрез възпитание и образование;

- Комплекс от споделени естетически ценности, цели, поведения и практики, който е характерен за даден народ, обществена или професионална прослойка или етническа група”[11].

Освен всичко изброено, това понятие, но в малко по-друг смисъл вече се използва и в други, отдалечени от изящното и красивото, сфери на обществената практика. Например, широко се използват изрази като „политическа култура”, „икономическа култура”, „езикова култура”, „култура на поведението”, „религиозна култура”, „правна култура”, „култура на бита” и много други. Според ЮНЕСКО това понятие е дефинирано така:

„Култура е множеството от отличителни духовни, материални, интелектуални и емоционални черти на дадено общество или обществена група, тя обхваща освен изкуството и литературата, начина на живот, формите на съжителство, ценностните системи, традициите и вярванията. [21]

Аспекти на културния туризъм са анализирани от редица автори – Parusheva [16], Rakadzhyska, Yancheva [17], Koprinarov [9], Lozanova-Stancheva [13], Marinov [14], Neshkov [15]), Василева [3], [4], Вараджакова [1], [2], Levkov [12] и мн. др.

Както при всички видове класификации, така и при различните форми на туризъм се наблюдават две основни явления – неизбежен известен субективизъм и частично припокриване на приложното поле или обхват на отделните видове туризъм. Най-яркият пример е „културният туризъм”, който в много голяма степен включва в себе си, както „културно-историческия”, така и „култовият (религиозния) туризъм”, „етнографски, етноложки, музикални, фестивални, образователни и други прояви”, свързани с всички сегменти на културата. В този смисъл културният туризъм е родово понятие, в което се включват посочените по-горе видове туристически пътувания и мотивите за тях.

Според Василева [4] “за **културен туризъм** може да се говори, когато туристите предприемат пътуване с цел удовлетворяване на културните си интереси и потребности чрез посещение на разнообразни културни обекти и прояви.”

Авторът на настоящата публикация представя свое виждане за обширната област на културния туризъм. Според него понятието **културен туризъм** представлява вид туризъм, при който туристическите интереси и посещения са насочени предимно или съпътстващо към културни прояви (местни, национални и международни конкурси, фестивали и други събития от различни сфери на изкуството), културно-исторически и архитектурни ценности, култови и религиозни обекти, етнографски особености и други характеристики на даден народ, цивилизация, етническа или религиозна общност.

Много често, когато се има пред вид различен от най-разпространените видове туризъм, сред които са културният и културно-историческият, се употребява изразът „алтернативен туризъм“. Както при използването и на други термини и понятия, така и прилагателното „алтернативен“ се използва доста неточно и в известен смисъл произволно. „Алтернатива“ означава съществуването на две равновероятни възможности, решения или изхода от някаква ситуация, задача или проблем, а не единствена разлика или единствен вариант. В този смисъл една алтернатива представлява избор на едно от тези две възможни равновероятни състояния или решения. Когато казваме, че имаме „две алтернативи“ семантично се получава възможност за избор от четири възможности и т.н. Поради тази причина авторът счита, че е по-подходящо терминът „алтернативен туризъм“ в случая да бъде заменен от израза „тематичен“ или „специализиран вид туризъм“.

Особености на културния туризъм

Културният туризъм, както и всеки друг има свои характерни особености. Те се състоят най-често в това, че:

1. Той създава уникални културни и културно-исторически туристически продукти и стоки.

2. Създава работни места на подготвени квалифицирани кадри в областта на историята, археологията и културата. Затова е необходимо туристическият бизнес да осъществява тясно сътрудничество със съответните научни среди.

3. За развитието на този вид туризъм не са необходими толкова големи инвестиции, колкото за други стопански сектори, дейности и производства.

4. Едновременно с това, обаче, успешното му рекламиране е свързани с повече трудности, отколкото рекламирането на туристическите продукти, базирани само на природните дадености.

5. За включването на културно-историческите обекти в туристически оборот са нужни по-големи инвестиции, отколкото при включването на природните рекреационни ресурси, тъй като са необходими значителни средства за възстановяване и консервация на историческите паметници, които могат да представляват и да се утвърдят като качествен туристически продукт с необходимото атракционно въздействие и пазарна стойност. Необходими са инвестиции и за изграждането на довеждаща до паметниците и обслужваща туристите инфраструктура, както транспортна, така и друга техническа и туристическа инфраструктура. Също инвестиции, свързани с облагородяване на заобикалящата паметниците околна среда и ландшафт, тъй като към туристическата атрактивност на даден обект се включва не само неговата конкретна културно-историческа и туристическа значимост, но и състоянието на околната среда и нейното опазване.

6. За разлика от традиционните видове туризъм, културният туризъм много малко е зависим от сезонните и климатични условия.

7. Той успешно се съчетава с всички останали видове туризъм. Редица специалисти изтъкват, че „характерна за културния туризъм с обща цел е неговата универсалност, което на практика означава възможност за комбинирането му с почти всички останали видове туризъм“ [6]. Всъщност, заедно с основния интерес, поради който туристите практикуват даден вид туризъм, те в повечето случаи го съчетават и с други форми, тъй като обектите или проявите, които посещават, не са изолирани от други туристически атрактиви. В едно проучване на бившата Държавна агенция по туризъм сред чуждестранните туристи, посетили България с цел морска и зимна рекреация, те са заявили категоричното си желание да посетят и културни прояви в страната и исторически забележителности ако биха имали повече информация за тях.

8. Културният и конгресният туризъм (които най-добре се съчетават взаимно), в известен смисъл са елитарни видове туризъм. Участниците в тях са с по-високо образование и по-широки интереси (по-специално с афинитет към културата, историята и науката).

9. Културният туризъм прави връзки с други култури и цивилизации, с което приобщава България към европейската и световна културно-историческа съкровищница и културно наследство.

10. Допринася за популяризирането на националната култура, националното културно-историческо и културно наследство, а това са важни съставки на националната идентичност. Парушева [7] привежда един от изводите, направени в Декларацията на проведената в Барселона Евросредиземноморска конференция. Според този извод трябва „да се подобри използването на културно-историческото наследство като фактор за национална идентичност пред процесите на глобализация... Да се създават продукти на културния туризъм, основани на отдиха, забавлението и културното наследство“.

11. Културните и недвижимите културно-исторически обекти не могат да бъдат предмет на спекулативна износна търговия за разлика от движимите артефакти като монети, икони, оръжия и други, които често пъти се изнасят и търгуват незаконно във или извън страната.

12. Културният туризъм има образователен ефект върху подрастващите поколения и способства за патриотичното им възпитание като онагледява събитията от историята и културните достижения на нацията. Групата на културно-историческите туристически ресурси включва част от антропогенните туристически ресурси – както исторически и археологически артефакти и недвижими паметници (преобразувани в определена степен от човешка дейност природни обекти като пещери, мегалитни съоръжения, скални барелефи, ниши и т.н., останки от крепости, църкви, манастири, обществени сгради и всички къщи-музеи на бележити българи), така има и нематериални компоненти като фолклор, обичаи, традиции, занаяти, изкуства и др.

13. Нуждае се от дългосрочно устойчиво развитие. т. к. „Съвременната концепция за развитие на устойчив туризъм изисква поддържането на равновесие между пет важни елемента: икономика, общество, култура, околна среда и приятни преживявания при практикуване на туризъм“. Както и това, че „Устойчивият туризъм би трябвало: ...да утвърждава социално-културната идентичност на приемащите общности, да опазва културното наследство, традиционните ценности и да допринася за межкултурното разбирателство и толерантност“ [1]. Авторката с основание обръща специално внимание на необходимостта от културна устойчивост на туристическите дестинации, тъй като по същество чрез тях се осъществява самата дейност на културния туризъм.

Профил на туристите, практикуващи културен туризъм

Това са хора, които целенасочено се стремят да посещават културни прояви, които освен общите за всички други туристи прилики, се открояват с по-високите си интереси, образование и познания, както в различните сфери на културата, така и по отношение на историята, археологията, естетиката и други отрасли на знанието и живота.

Ако се имат пред вид някои основни характерни особености при отделните групи туристи и туристически потоци, посещаващи различни обекти и културни прояви, може да се установят не малко разлики между тях.

• Обикновено тези посетители не разчитат само на придобиване на познания за обектите и проявите на самите туристически места, които ще посетят или в които ще участват, а предварително се информират за тях. Това означава, че те имат някаква, съобразно

интелектуалните си възможности и интереси, подготовка за обектите и проявите, с които се запознават или в които могат да вземат участие, особено при исторически възстановки.

- Тези посетители (туристи), като цяло, ако могат абстрактно да се отграничат от практикуващите най-масовите форми на туризъм, каквито са морският и зимният, са значително по-малко на брой като отделна целева група, те не са сред масовия поток туристи.

- Такива туристи, по принцип, както вече се спомена, са хора с по-високо образование, с по-широки интереси и познания за поне едно или повече видове изкуства и художествени ценности, произведения и обекти. Те се интересуват от новото, непознатото при срещата с постиженията на други култури и цивилизации. А при не малко от тях, посещенията на културни прояви се повтарят, поради естетическите преживявания, които те отново им предоставят, след като вече един път имат впечатления за качествата на изпълнителите (певци, диригенти, актьори), оркестрите и т.н.

- И другата съществена особеност на този вид туристи е тяхната по-голяма платежоспособност от другите посетители (гости), практикуващи масовите форми на туризъм, което има важно стопанско значение за страната или дестинацията, която посещават. Те отсядат предимно в хотели, най-често са на възраст над 35 години и са с утвърдени професии. Това обстоятелство може и би трябвало да се използва, тъй като богатото културно-историческо наследство на нашата страна, с някои изключения като преносимите ценности (Панагюрското и Вълчитрънското златни съкровища, Рогозенското и други древни съкровища, икони и т.н.), не е достатъчно познато в чужбина и не се използва в съответната степен, включително и за целите на туризма. В този смисъл е важно не само да се изнасят и да се показват тези ценности, но и да се работи по-интензивно за привличането на контингент туристи, които да се запознаят на място и с огромния брой недвижими културно-исторически паметници в нашата страна. Бившият зам. министър на културата – доц. д-р Т. Чобанов в интервю от 15.10.2009 г. отбелязва, че *„чужденците, които пристигат у нас, за да се запознаят с културно-историческото ни наследство, харчат от 5 до 7 пъти повече от масовия турист. За съжаление културният туризъм заема едва 15% от общия дял на туристическата индустрия в страната“*.

Тук трябва да отбележим, че посетители, които са граждани на своя град и посещават, провеждащи се в него, културни прояви не се явяват туристи, а само посетители (любители), които задоволяват свои естетически потребности, тъй като съгласно определението на Световната организация по туризъм не отговарят на значението на това що е турист. *„Международен турист е всеки посетител, пристигащ в друга страна, която не е тази на неговото постоянно местоживеене, поне за 24 часа, но за не повече от 6 месеца и чиято основна цел не е извършване на дейност срещу заплащане.“* (СОТ).

Някои от формите на практикуване на културен туризъм

Прояви в областта на изкуствата. В много страни, а особено в онези от тях със силно развит туризъм, се провеждат многобройни културни събития свързани с различните видове сценични изкуства (оперни, балетни и други конкурси и фестивали), кинофестивали, концерти на известни изпълнители и състави на класическа, забавна, фолклорна и други видове музикални изкуства. Тук се имат предвид епизодично провеждани прояви, а не сезонни утвърдени репертоари на оперни, драматични, оперетни, кино и други театри. В тази група се включват и различните видове изложби.

Друга форма на практикуване на културен туризъм, която, все още, не е достатъчно развита в нашата страна, е *„културният маршрут“*. Развитието на тази форма съответства на вижданията на ИКОМОС и неговият Международен комитет за културни маршрути. През 2008

г. в Квебек (Канада) беше приета Международна харта за културните маршрути. В нея ударението се поставя върху следните основни характеристики на понятието: „*културният маршрут е традиционен път, материално детерминирано историческо трасе; културният маршрут съответства на определена историческа функция и цел; културният маршрут включва материални и нематериални културни феномени*”.[20] В този аспект могат да се посочат редица вече сертифицирани културни маршрути. Сред тях е най-старият поклоннически маршрут до Сантяго де Компостела в Испания. Други такива маршрути са: „Пътят на Св. Олаф” в Дания, Швеция и Норвегия, „Пътят на Св. Мартен от Тур” и още много други. Не малка част от тези културни маршрути са трансгранични и спомагат за взаимноизгодното съвместно използване на културно-историческото наследство на съответните страни. Това е относително по-лесно осъществимо между страни със сходни културни и цивилизационни ценности и обекти. Основни въпроси по тази проблематика са анализирани от редица автори, сред които се открояват публикациите на Дж. Ричардс, най-последната от които е от 2011 г. (Richards, 2011). [18]

За бъдещото развитие на културния и културно-историческият туризъм би било много полезно да се извърши следното:

- събиране, актуализиране и обработване на необходимата първична информация за съответните по-важни и атрактивни културни прояви, както и на недвижимите културно-исторически обекти в България;
- доказване наличието на свързани по епохи, външен облик и атрактивност културно-исторически териториални съчетания.

Основни групи туристически атрактиви в културния туризъм

Има се пред вид *предмети (артефакти), действия и прояви, привличащи туристи чрез присъщите им естетически, художествени, архитектурни, исторически и други качества, които ги правят интересни за посещения*. Самото понятие „*атрактив*” е с произход от латински език и има много широк смисъл на „*привличане*”. От този език е влязло и в редица други езици. В този аспект може да се въведе и понятието „*атрактивна туристическа гравитация*”. По същество това е нематериално, емоционално привличане на дадена група туристи от туристически обект или културна проява. Силата или интензитетът на това привличане е резултат от въздействието, което определен обект или проява упражняват върху посетителите, от една страна, а от друга, важно значение за това има и интелектуалният и естетическият потенциал на самите туристи, който им позволява да възприемат дадено културно събитие или обект.

Паметниците на националното културно-историческо наследство биха могли да се превърнат в съществена част от визитната картичка и имидж на страната. Затова е много важно да се работи и за създаване на „*българска национална марка за културен и културно-исторически туризъм*”, която да представлява достъпно и недвусмислено образа на страната. Марката олицетворява идентичност и неповторима оригиналност на страната като макротуристическа дестинация. Тази роля може да играе, например, уникалният за Европа скален барелеф на Мадарския конник – още повече, че в проведената преди известно време национална анкета, именно този символ получи най-много гласове. Тази национална марка трябва да се използва и за идентификация на всички основни обекти на недвижимото културно-историческо наследство (НКИН) на България. Освен всичко друго туристическите марки или брандове са отличителни белези по отношение на конкурентите на туристическите пазари. Вече и в някои международни документи се появи понятието „*културна идентичност*”. За пръв път то

беше употребено в заключителния доклад на проведената през 1982 г. в Мексико Световна конференция на ЮНЕСКО по въпросите на културната политика и смисълът, който му се придава, се състои в това – обществата да се променят и развиват, запазвайки своята неповторимост и отлики от останалите. [21]

Заключение

Значението на културния туризъм се оценява високо от редица водещи експерти като проф. арх. Т. Кръстев и др. Той приема, че „*културното наследство, според прогнозите на Съвета на Европа, ще има изключителна роля в информационното общество на 21 век*”. Същият автор отбелязва и това, че „*културното наследство се извява не само като духовна ценност, която трябва да се опазва, но и като уникален ресурс, който може и трябва да се използва за устойчиво развитие, по правилата на икономическата игра и законите на пазара. Като основен инструмент за това се очертава именно културният туризъм*” (Кръстев и др., 2003). [5]

Факт е обаче, че туризмът, носейки приходи, при стихийно развитие може да донесе и непоправими щети на културните паметници. Ако обаче е умело направляван и контролиран той може да издигне жизнения стандарт и имидж, както на даден район, така и на съответната страна – притежателка на културното богатство. Затова постигането на непременно високи икономически резултати не бива да бъде самоцелен стремеж на участниците в туристическия пазар.

В процеса на съвременната глобализация и в контекста на членството на Република България в Европейския съюз страната ни вече е част не само от общото икономическо пространство, но е и неразделен елемент от общоевропейската цивилизация и нейното културно-историческо наследство. Чрез развитието на културния и културно-историческия туризъм дадена страна не само пропагандира своите културни ценности и обекти и получава определени приходи от тях, но и представя пред туристите своята национална идентичност. А това никога не губи своята актуалност. Няма държава, която да е престанала да показва своята културна идентичност пред света.

References:

1. Varadzhakova, D. 2017. Kulturnata ustoychivost na turisticheskite destinatsii i globalizatsionnite protsesi v turizma. V: Sbornik ot nauchna konferentsiya „Mestnata identichnost i globalniyat turizam”, Chernomorski turisticheski forum, Izd. Slavena, Varna.
2. Varadzhakova, D. 2018. Analysis of the cultural heritage tourism in Veliko Tarnovo region. V: Sbornik nauchnyh trudov Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii, 22 noyabrya 2018, Belgorod.
3. Vasileva, V. 2007. Vidove alternativen turizam. Sp. Problemi na geografiyata, Kn. 1-2, S.
4. Vasileva, V. 2010. Kulturen, poznavatelen i kulturnopoznavatelen turizam – sashtnost, osobenosti i vzaimovrazki. Sp. Problemi na geografiyata, kn. 1-2, S.
5. Krastev, T. i dr. 2003. Proekt „Nazad prez vekovete v mrezhata na kulturnite patishta na R. Bulgariya”, Asotsiatsiya za kulturen turizam, BNK na IKOMOS, S.
6. Neshkov, M. i dr. 2007. Vavedenie v turizma. UI „Nauka i izkustvo“ – Ikonomicheski universitet – Varna.
7. Parusheva, T. 2013. Kulturniyat turizam kato instrument za globalno razvitie. V: Sb. dokladi ot Mezhdunarodna nauchna konferentsiya „Otgovoren turizam 2020“, Tom I, UI „Nauka i ikonomika“ – Ikonomicheski universitet, Varna.

8. Hofstede, H. 2001. *Kulturi i organizatsii*. Softuer na uma. Izd. „Klasika i stil” OOD, S.
9. Koprinarov, B. 2011. Cultural Tourism – Specificity and Trends. In: Proceedings of International Scientific Conference “Cultural Corridor Sofia – Ohrid, Cultural Tourism without Boundaries“, 06-10.07. 2011, *ГЕЯ ЛИБРИС*, Kyustendil-Ohrid.
10. Krastev, T. 2011. Cultural roads: A tool for dialogue and resource for development. In: Proceedings of International Scientific Conference “Cultural Corridor Sofia – Ohrid, Cultural Tourism without Boundaries, 06-10.07. 2011, *ГЕЯ ЛИБРИС*, Kyustendil-Ohrid.
11. Kroeber, A. L. and C. Kluckhohn. 1952. *Culture: A Critical Review of Concepts and Definitions*. Peabody Museum, Cambridge, MA.
12. Levkov, K. 2019. The Role of Local Heritage sites for the Development of Cultural Tourism in Bulgaria. In: Conference Materials of An International Scientific Conference “Culture and Art in contemporary context”, 19-20 Oct. 2019, Batumi, Georgia. http://www.batu.edu.ge/text_files/ge_file_3070_1.pdf, pp.481-484.
13. Lozanova-Stancheva, V. 2017. Cultural Heritage and Tourist animation. In: Proceedings of International Scientific Conference “Contemporary Tourism – Traditions and Innovations”, 19-21. Oct. 2017, *St. Kl. Ohridski University Press*, Sofia.
14. Marinov, S. 2011. Marketing of the Balkans as a tourist destination. In: Proceedings of International Scientific Conference “Cultural Corridor Sofia – Ohrid, Cultural Tourism without Boundaries, 06-10.07. 2011, *GEYa LIBRIS*, Kyustendil-Ohrid.
15. Neshkov, M. 2011. Cultural corridors and the tourist integration of Bulgaria. In: Proceedings of International Scientific Conference “Cultural Corridor Sofia – Ohrid, Cultural Tourism without Boundaries, 06-10.07. 2011, *GEYa LIBRIS* Kyustendil-Ohrid.
16. Parusheva, T. 2017. Trends in Cultural Tourism. In: Proceedings of International Scientific Conference “Contemporary Tourism – Traditions and Innovations”, 19-21. Oct. 2017, *St. Kl. Ohridski University Press*, Sofia.
17. Rakadzhiyska, S., K. Yancheva. 2017. Cultural Events marketing. In: Proceedings of International Scientific Conference “Contemporary Tourism – Traditions and Innovations”, 19-21. Oct. 2017, *St. Kl. Ohridski University Press*, Sofia.
18. Richards, G. 2011. Cultural tourism trends in Europe: a context for the development of Cultural Routes. In: Khovanova-Rubicondo, K. (ed.) *Impact of European Cultural Routes on SMEs’ innovation and competitiveness*. Council of Europe Publishing, Strasbourg.
19. *** Encyclopedia Britannica
20. *** European Institute of Cultural Routes (EICR), *History of the Cultural Routes, A Report presented to the Council of Europe*, 5, 2011.
21. *** UNESCO, *World Conference on Cultural Policies*, 1982, Mexico.