

Бегалиева А.С.

ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНЫЙ ФАКТОР В СОБЫТИЙНОМ ТУРИЗМЕ КЫРГЫЗСТАНА

A.S. Begaliev

THE HISTORICAL AND CULTURAL FACTOR IN EVENT-TRIGGER TOURISM OF KYRGYZSTAN

УДК: 947.1:796.5(575.2)(04)

В статье рассматривается одна из альтернативных форм культурного туризма. По мнению автора, основой в планировании событийного туризма в Кыргызской Республике должен быть историко-культурный фактор. На примерах масштабных мероприятий разных лет показаны как позитивы, так и негативы в развитии событийного туризма в Кыргызстане.

Ключевые слова: мероприятие, туризм, история, культура.

In article one of alternative forms of cultural tourism is considered. According to the author, the historical and cultural factor should be a basis in planning event-trigger tourism in the Kyrgyz Republic. On examples of scale actions of different years are shown both positives, and negatives in development event-trigger tourism in Kyrgyzstan.

Key words: action, tourism, history, culture.

Туризм сегодня становится одним из основных элементов цивилизованного мира, его по праву называют феноменом XXI века, который, по прогнозам специалистов, станет веком туризма [1:7]. Туристическое общение - одна из универсальных форм межличностного общения, которая в условиях интернационализации и глобализации жизни людей претворяется в один из важнейших факторов, определяющих качество жизни человечества. Не случайно туризм определяют как эффективный канал "народной дипломатии" [2:18].

Знакомство туриста с шедеврами мировых цивилизаций, открытие для себя инонациональных ценностей и традиций, получение эстетического наслаждения от окружающей природы - все это способно обогатить интеллект и душу человека. Впечатления и знания, приобретаемые во время поездки, люди реализуют в своей разнообразной деятельности. Индивид, хотя и не всегда сознательно, ищет в туризме и находит способ удовлетворения своих интересов и раскрытия себя как личность. Все вышеперечисленные особенности культурного (познавательного) туризма проявляются наиболее интенсивно в событийном туризме.

Событийный туризм - направление сравнительно молодое и чрезвычайно интересное. Основная цель поездки приурочена к какому-либо событию. Уникальные туры, сочетающие в себе традиционный отдых и участие в самых зрелищных мероприятиях планеты, постепенно завоевывают все большую популярность. Событийный туризм - это непреходящая атмосфера праздника, индивидуальные условия отдыха и незабываемые впечатления. Главная особенность событийного туризма - это множество ярких непов-

торимых моментов. Целевая аудитория этого перспективного и динамично развивающегося вида туризма - обеспеченные туристы с доходом выше среднего, а также компании, состоящие из нескольких пар. Событийный туризм можно классифицировать по масштабу события, т.е. на события национального или международного уровня, а также по тематике события. Это могут быть: национальные фестивали и праздники, театрализованные шоу, фестивали кино и театра, гастрономические фестивали, фестивали и выставки цветов, модные показы, фестивали музыки и музыкальные конкурсы, спортивные события, международные технические салоны и др. [3].

Как и все виды и формы туризма, событийный туризм нуждается в своих ресурсах. Напомним, что туристско-рекреационные ресурсы - это главный базис развития туризма. Если страна не имеет нужного фундамента, которым и являются туристско-рекреационные ресурсы, тогда успешно развить турбизнес просто невозможно. А к таковым мы относим как природные богатства, так и созданные человеком объекты. Совокупность этих двух направлений и является успешной составной для создания туристского продукта. Планируя приоритетные направления при организации туристического бизнеса, допустим, в регионе, нужно установить вначале, какими туристско-рекреационными ресурсами владеет выбранное место. Если же таковых недостаточно, то имеет смысл поработать над созданием искусственных сегментов рынка туризма, здесь могут потребоваться инвестиции в инфраструктуру и в сами достопримечательности [4: 174].

В мировой практике историко-культурный потенциал страны представляет собой важный ресурс для создания дополнительных и искусственных сегментов в развитии альтернативных форм культурного туризма. В данной статье рассмотрим тему историко-культурного фактора в событийном туризме КР.

Заметим, что инвестиции в туристическую индустрию, привлекаемые на основе разработок искусственных сегментов в туризме, могут окупиться лишь через несколько лет, но это отставание часто необходимо, если место назначения должно стать активным участником исключительно насыщенной конкурентами сферы рынка.

Если историко-культурный фактор в развитии конкретно событийного туризма не будет учтен, то, как показали последние события в туризме Кыргызстана, даже при поддержке первых лиц государства,

тот или иной проект, фестиваль просто не получат шанс дальнейшего развития.

Так, не привело к положительным результатам в планируемом событийной туризме, а напротив, породило недоумение у мировой общественности распоряжение правительства КР от 26 декабря 2007 года о продвижении бренда "Кыргызстан - страна Санта Клауса". И это при том, что оргкомитет по его продвижению возглавил вице-премьер КР. Государственное агентство по туризму в тот год решило проводить ежегодные съезды Санта-Клаусов из Европы и Америки, российских Дедов Морозов, узбекских Карбобо, казахских Аяз-Ата, иранских Хаджи Фирузов. В феврале 2008 г. бывший в ту пору премьер-министр Кыргызстана Игорь Чудинов встретился с Сантами из нескольких стран. Но уже 30 декабря 2010 года кыргызские журналисты напишут на страницах СМИ: "Действия наших чиновников, посягнувших на то, что им не принадлежит, оказались как слону дробина для мирового сообщества. А для нас еще одним актом самоварварства - страной Санта Клауса мы так и не стали" [5].

Журналисты правильно заметили насчет того, что, по сути своей, не принадлежит кыргызскому народу. Результаты того указа 2007 года сегодня напоминают эпизод из известной философско-лирической поэмы Антуана де Сент-Экзюпери:

- А где люди? - спрашивает Принц у Цветка.
- А их разнесло ветром. У них нет корней.

Для развития событийного туризма в Кыргызстане есть "корни", свои родные историко-культурные ресурсы, уникальные, признанные всем миром и даже вошедшие в Список нематериального наследия человечества. Это: 1) Празднование Нооруза; 2) искусство акынов-импровизаторов и манасчи. Вот отсюда и надо исходить в первую очередь. Ведь в выборе туристами места путешествия большую роль играют ЮНВТО (Всемирная туристская организация) и ЮНЕСКО [1: 212-215]. Посетить (увидеть, услышать) объект из Списка всемирного наследия ЮНЕСКО уже само по себе престижно, не говоря уже о личном участии в грандиозном событии, в котором этот объект, к примеру, будет задействован.

С таким же успехом как мы объявили себя страной "Санта Клауса", любая страна может на весь мир заявить о том или ином бренде, однако, как показала практика, самые популярные решения событийного туризма у всех стран имеют глубокие историко-культурные корни: Карнавал самба в Бразилии; Коррида в Испании, Рождество в Европе и т.д.

Событийный туризм, в принципе, явление для Кыргызстана не новое. Наш всемирно известный писатель Чингиз Айтматов выступил с идеей проведения глобального Форума, который с успехом был проведен в 1986 году на озере Иссык-Куль. На форуме собрались представители ЮНЕСКО, известные футурологи, писатели и художники. Результаты были впечатляющими - о Кыргызстане и озере Иссык-Куль узнали во всех странах мира [6: 133].

Позже форум превратился в Международный форум Айтматова, который сотрудничал с ЮНЕСКО, другими международными организациями, проводил

конференции, особенно для творческой молодежи из многих стран мира [7].

Чингиз Айтматов выступает не только как основатель качественного событийного туризма в Кыргызстане, но также как лучшая реклама в литературном туризме, который набирает сегодня обороты всемирного масштаба. В понятие "литературный туризм" сейчас турагентствами Европы и США уже включаются более развернутые и разноплановые мероприятия, нежели просто посещение мест, связанных с жизнью и творчеством того или иного писателя в этой стране. Литературный турист принимает участие в семинарах, чтениях, слушает лекции литературоведов. По выражению одного английского туроператора, эти собрания напоминают микроконгресс любителей словесности [8]. В Кыргызстане, как и в других странах Центральной Азии, такой вид путешествий пока не практикуется. А ведь ещё в середине-конце 90-х гг. XX столетия наши туроператоры предложили в качестве создания позитивного имиджа и продвижения Кыргызстана на мировом рынке туризма, использовать творчество Чингиза Айтматова. Так появился уникальный продукт, который сразу же приобрел успех у европейских туристов.

Поэтому есть все основания подумать над хорошо организованными, периодическими, международными литературными конгрессами или фестивалями, посвященными творчеству Чингиза Айтматова с позиций событийного туризма.

Другой довольно успешный пример событийного туризма, который просто необходимо развивать дальше в иных вариантах, - грандиозное празднование 1000-летия эпоса "Манас" в 1995 г., когда проходили различные мероприятия с участием многочисленных международных туристов [9: 534-538]. Посредством фестивалей и конкурсов среди кыргызстанцев, проводимых по всей республике в тот год, на другой качественный уровень поднялся и внутренний туризм.

Но, замахаясь на образ страны Санта-Клауса, к сожалению, мы упустили свою собственную достопримечательность, и, в результате, кыргызский эпос "Манас" 2 октября 2009 г. был включен в список нематериального наследия ЮНЕСКО от имени Китайской Народной Республики [10].

Кыргызстан вошел в список стран, рекомендуемых как самое лучшее место для конного туризма [11]. По природе и по кочевому историческому прошлому, конные походы - "фирменный знак" в туризме Кыргызстана и колоссальный ресурс для развития событийного туризма.

Учитывая то, что у кыргызов существуют 42 вида конных игр и состязаний [12: 15], грамотно обыграв эту тему с учетом национальных традиций, обычаев, фольклора, музыки, танцев, национальной кухни и т.д., определив наиболее интересные моменты с точки зрения туристов, выделив их и объединив в одно целое, можно создать качественное мероприятие международного уровня, которое обязательно заинтересует туристов, и которое будет проводиться каждый год, либо раз в несколько лет в Кыргызстане.

Такое событие невозможно придумать впопыхах и объявлять его тут же в государственных указах как государственную стратегию в развитии туризма. Событийный туризм, в силу того, что он охватывает большие группы, в первую очередь заинтересованных людей, не приемлет дилетантства, непрофессионального подхода и халатного отношения.

Оговорюсь, что эпос "Манас" и искусство манасчи, празднование Нооруза, национальные конные игры и виды спорта, фестивали охоты с ловчими птицами в одну кучу бездумно сваливать нельзя. Весь этот эксклюзив надо подавать отдельно, при этом конечно можно дополнять одно другим, но всё же в планировании мероприятия международного масштаба делать главный акцент на чём-то одном. В Кыргызстане за годы независимости проходили показы, фестивали, соревнования любителей соколиной охоты, конно-спортивные состязания, музыкальные фестивали и др., но, естественно, того, что мы наблюдали в 1995 году, как идеального примера в событийном туризме Кыргызстана, за все время с тех пор больше не повторялось. Для поддержания любого бренда, как известно, нужны последовательность в действиях и постоянство в организации, чего в событийном туризме Кыргызстана недостает, либо нет совсем.

Известный деятель культуры Садык Шер-Нияз, как-то в одном из телевизионных интервью заметил, что Кыргызстан может смело претендовать на звание "Страны короткометражных фильмов", со всеми вытекающими из этого последствиями, как то: фестивали, конкурсы, своего рода курсы повышения мастерства в кинематографе и т.д. Это уже ближе к реальности и вполне имеет шанс на будущее развитие, так как здесь у нас есть "корни", своя достойная история и талантливые представители в киноискусстве [13]. 60-е годы XX столетия по праву считают началом расцвета кыргызского кинематографа. Он вышел не только за пределы республики, но и на мировой экран. В международном кинематографическом сообществе заговорили о кыргызском кино как о "кыргызском чуде". Художественные и документальные фильмы режиссеров из Кыргызстана и талантливая работа наших актеров были удостоены самых высоких призов и наград на международных кинофестивалях. Знаменитая "школа кыргызского кино" ещё жива, мы продолжаем удивлять мировую общественность в кинематографе. Заметим, что на XIV Международном кинофестивале в городе Винтертуре (Швейцария) группа "Кыргызстан - страна короткометражных фильмов" провела международную презентацию. Кинофестиваль прошел с 10 по 14 ноября 2010 года и собрал более 14 500 зрителей. В рамках фестиваля вне конкурса были показаны кыргызские фильмы, билеты на которые ушли нарасхват [14].

Как мы поняли, историко-культурное достояние страны - это колоссальный источник ресурсов для создания новых турпродуктов альтернативных форм культурного туризма. Такие лозунги разных лет как: "Кыргызстан - страна Манаса" и "Кыргызстан - страна Санта Клауса" определили, на наш взгляд, основные полюса событийного туризма Кыргызстана, в котором, как мы убедились на жизненном опыте, необходимо учитывать собственный историко-культурный фактор. Пусть у нас будут 1-2 масштабных мероприятия в целях развития событийного туризма, но они будут всемирно известные, ежегодные, отлично организованные. Такие мероприятия будут знать и каждый кыргызстанец, готовиться к ним, вносить посильную лепту в продвижение Кыргызстана как страны туризма на мировом туристском рынке. К вопросу развития событийного туризма в нашей республике надо подходить на предельно высоком профессиональном уровне, с привлечением, прежде всего, Парламента и Правительства республики, деятелей культуры, научной общественности, туроператоров, независимых экспертов-аналитиков и журналистов.

Литература:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник. - 2-е изд. - Москва, 2010.
2. Пазенок В.С. Философия туризма: Учебное пособие. - Киев, 2004.
3. Бабкин А.В. Специальные виды туризма. URL: http://tourlib.net/books_tourism/babkin01.htm.
4. Яхшиева М.Т. Сегментирование туристического рынка. Культурно-исторические туристско-рекреационные ресурсы Кыргызской Республики: проблемы классификации, выявления и использования. Мат. междунаучно-практ. конф. "Туризм в Кыргызстане: проблемы, пути решения, перспективы развития". - Бишкек, 2001. - Ч. II.
5. Юлдашева Г. Санта здесь больше не живет... - ИА "24.kg". - 2010, 30 декабря.
6. Дудашвили С.Д. Туристские ресурсы Кыргызстана. - Бишкек, 2004.
7. Бузукашвили М. Основу жизни составляет любовь (интервью с Ч. Айтматовым)// Чайка. № 23(106). - Нью-Йорк, 2007. - 1 декабря.
8. www.tripadvisor.co.uk.
9. Асанканов А.А., Осмонов О.Дж. История Кыргызстана (С древнейших времен до наших дней). - Бишкек, 2002.
10. Дело №. - 2009, 29 октября.
11. Липович Ю. Кыргызстан вошел в список стран, рекомендуемых как самое лучшее место для конного туризма. - ИА "24.kg".
12. Илебаев А.К. Кыргызские игры и развлечения: Автореф. дис. ... канд. истор. наук. - Бишкек, 2007.
13. Михайлов В.Л. Кинолента памяти. Люди и судьбы кыргызского кино. - Бишкек, 2007.
14. Манасова К. На XIV Международном кинофестивале в Винтертуре (Швейцария) группа "Кыргызстан - страна короткометражных фильмов" провела международную презентацию. - ИА "24.kg". - 2010, 19 ноября.

Рецензент: д.и.н., профессор Джуманалиев А.