



ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ПО ВЕЛИКОМУ ШЁЛКОВОМУ ПУТИ

Ишпулатова Вазира Фарход кизи

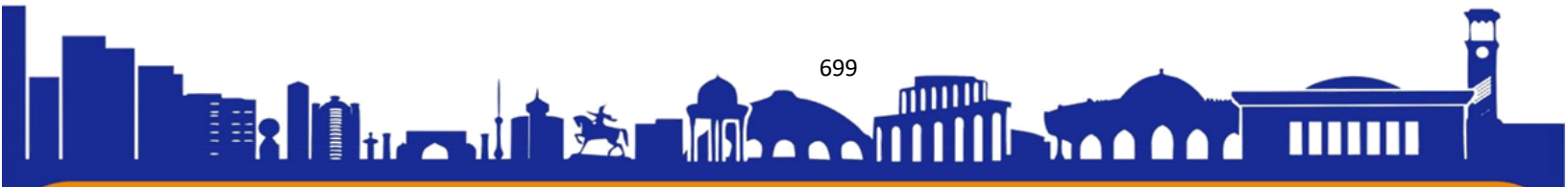
студентка 3 курса направления «Туризм»,
Международного университета Кимё в Ташкенте

Annotation: The article discusses the prospects for the restoration of economic cooperation in order to preserve historical and cultural ties between the countries of the Great Silk Road in Central Asia. It analyzes the implementation of large-scale reforms of tourist trips, for the population or tourists, including familiarization of historical sites between certain cities. The main role is assigned to the improvement of the economy and the scientific study of historical places and its traditions.

Key words: The Great Silk Road, historical heritage, economic development, cultural ties.

На сегодняшний день развитие экономики в условиях пандемии немного уменьшился в процентных долях. Однако туристические поездки не отменяются, учитывая санитарно-эпидемиологические меры.

Как нам известно, Великий шёлковый путь – система караванных дорог, пересекавших Евразию от Китая до Средиземноморья и служивших в эпоху древности и средневековья важным началом осуществления торговых связей и культурных взаимоотношений Востока и Запада. Историко-культурные связи признаны одним из важнейших направлений современного развития общества. В условиях ускоренного развития глобализации и интернационализации человечество стало терять своеобразие и аутентичность культур, что способствовало возникновению острой потребности в их сохранении и развитии духовно-просветительской деятельности. Использовать этот уникальный комплекс исторических, экономических, культурных и коммуникационных качеств Великого шелкового пути в новом веке в качестве пути политико-экономического прогресса является историческим долгом современной цивилизации.

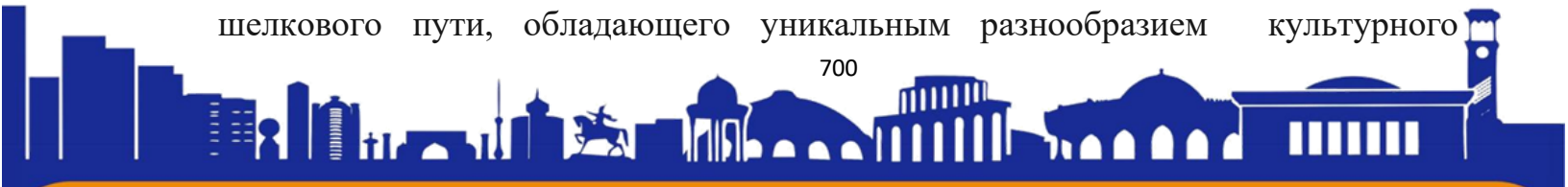




Основной целью данного исследования является восстановление и широкое внедрение историко-культурного наследия Великого Шёлкового пути, во все отрасли экономики и сферу жизни людей, а также развитие историко-культурных взаимоотношений между народами, проживающими по маршруту Великого шёлкового пути.

Сегодня разработаны и действуют сотни маршрутов на всех континентах. Однако один из самых привлекательных и самых длинных в мире, имеющий протяженность 12 800 км является Великий Шелковый Путь. Это дорога, которая тысячи лет связывала Восток и Запад как двухсторонняя река цивилизации. К экспедициям торговцев, миссионеров и географов прошлых веков присоединились и туристы. Во многом благодаря организации маршрутов по Великому Шелковому Пути большая часть человечества ныне получила прямой доступ к глобальному наследию, не ограничиваясь географическими пределами. В 1998 г. ЮНЕСКО объявила о начале десятилетнего проекта, названного «Интегральное изучение Шелкового пути - пути диалога». Он предусматривает широкое и всеобъемлющее изучение истории цивилизаций, установление тесных культурных контактов между Востоком и Западом, улучшение взаимоотношений между многочисленными народами, населяющими Евразийский континент. Возрождение Великого Шелкового Пути - это возобновление тысячелетнего диалога цивилизаций.

Уникальный проект, являющийся частью Декады мирового культурного развития ЮНЕСКО, стимулировал интерес к Шелковому пути во всем мире. Он был рассчитан на несколько лет и включал разные виды деятельности. Кроме того, отличался междисциплинарным подходом, дающим возможность в полном объеме изучить научные, технологические и культурные связи, которые существовали между Западом и Востоком, с целью поощрения дальнейших исследований на международном и национальном уровнях в рамках концепции мирового наследия [1]. Мы считаем, что хотя Шелковый путь годами изучался археологами, историками, географами, этнологами, социологами и лингвистами, до этого времени никогда не было всестороннего, систематического исследования данного маршрута историко-культурного взаимоотношения. Кроме того, это будет способствовать развитию туризма по маршруту Великого шелкового пути, обладающего уникальным разнообразием культурного



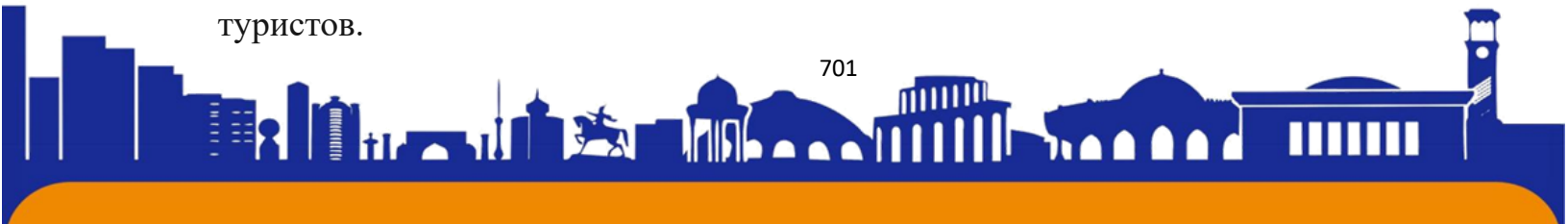


наследия и традиций. Именно в рамках туризма по шёлковому пути можно наиболее эффективно использовать имеющиеся ресурсы и достичь устойчивого развития туризма в странах Центральной Азии. Нам известно, что трансконтинентальные контакты развивали замкнутые системы сельских общин, расширяли кругозор людей, способствовали более интенсивному развитию интеллектуальной сферы. Разумеется, древние торговцы, которых больше всего интересовала прибыль, но именно в этом и заключается феномен Великого Шелкового Пути, внесшего уникальный вклад в мировую цивилизацию.

Мы предлагаем развивать между странами, пролегающими по шёлковому пути культурный туризм, который также будет способствовать сокращению бедности населения в этих странах, за счет самозанятости и обслуживания туристов. Международная ассоциация АТЛАС (ATLAS – Association for Tourism and Leisure Education), ведущая с 1991 г. исследования культурного туризма, рассматривает его как все перемещения человека к культурным достопримечательностям, отличные от места их постоянного проживания, мотивированные полностью или частично интересом посещения разных видов культурных достопримечательностей, с целью получения новой информации, опыта и впечатлений для удовлетворения своих культурных потребностей.

В соответствии с используемыми культурными ресурсами и учитывая рост интереса к многообразному культурному опыту и интеграцию с другими видами деятельности, исследователи выделяют разные виды культурного туризма.

Мы рекомендуем восстанавливать и развивать историко-культурные взаимоотношения и культурный туризм по следующим сегментам: образовательный туризм, религиозный туризм, посещение родственников и друзей или ностальгический туризм, гастрономический туризм, креативный туризм, туризм с целью волонтерства, лечебно-оздоровительный, туризм с целью обучения языку, духовный и холистический туризм. Как видно, понятие «культурный туризм» является чрезвычайно многогранным и может нести в себе признаки практически всех существующих видов туризма, если акцент ставится именно на его культурологической стороне. Однако здесь важным аспектом выступает именно расстановка приоритетов самого путешествующего лица, поэтому необходимо уделять особое внимание изучению мотивации туристов.





В культурном туризме, как и в других видах туризма, отмечается разная степень заинтересованности и мотивации туристов в содержании поездок. Например, Гейл Лорд (1999), американский эксперт по культурному наследию, считает, что всех туристов, посещающих объекты культурного наследия, можно разделить на следующие группы:

1) сильно мотивированные туристы – активные любители наследия, которые составляют наименьшую часть потребителей такого туристского продукта, по ее оценкам, около 15 %. Это люди, которые целенаправленно едут в конкретное место, чтобы испытать на себе влияние его культуры и познакомиться с культурным наследием;

2) частично мотивированные туристы, которые путешествуют не только из-за привлекательности объектов культурного наследия, но и по другим причинам, например, с целью посещения родственников или отдыха. Эта группа представляет собой самый крупный сегмент рынка – примерно 30 %;

3) третья группа, включающая в себя около 20 %, является посетителями, которые мотивированы такими факторами, как отдых на морском курорте или посещение спортивного события, а также дополнительно планируют посещение объектов культуры, раз они находятся рядом;

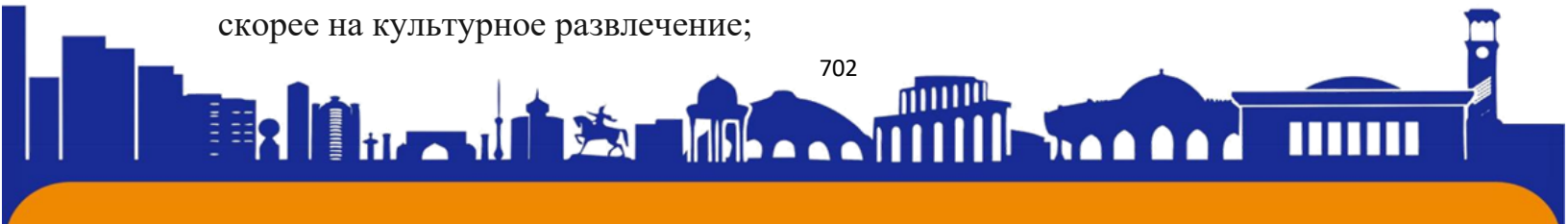
4) случайные посетители, которые составляют также около 20 %. Эти люди не планируют посещение исторических мест и культурных мероприятий, но могут это сделать, если их уговорят интересующиеся культурой друзья или родственники;

5) около 15 % от общей численности туристов не интересуются культурными объектами вообще, и не будут посещать культурные объекты ни при каких обстоятельствах [3].

Мы предлагаем разделить туристов на следующие типы, исходя из этих факторов:

1) целенаправленные культурные туристы, для которых посещение объектов культурного туризма является главной целью поездки, при этом они ориентированы на максимально полное знакомство с посещаемыми объектами;

2) ориентированные на посещение культурных объектов туристы, которые не стремятся получить максимально полный культурный опыт, а нацелены скорее на культурное развлечение;





ISSN (E): 2181-4570 ResearchBib Impact Factor: 6,4 / 2023 SJIF 2024 = 5.073/Volume-2, Issue-5

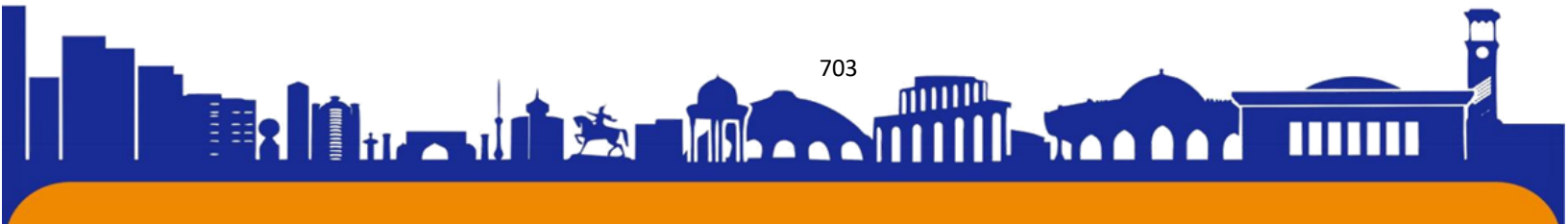
3) обычные культурные туристы, для которых возможности культурного туризма имеют умеренное значение и воспринимаются обзорно;

4) случайные культурные туристы, для которых культурные объекты практически не имеют значения при принятии решения о поездке, и знакомство с ними происходит поверхностно;

5) культурные туристы, которым случайно повезло – не планировавшие посещение культурных объектов, но получившие счастливую возможность подробно с ними ознакомиться.

Приведенные примеры показывают, что степень заинтересованности туристов должна обязательно учитываться при формировании широкого спектра разнообразных туристских продуктов в рамках культурного туризма. Каждой из выделяемых групп может соответствовать отдельный туристский продукт, наиболее полно отвечающий их потребностям и мотивации. Это тем более важно учитывать в связи с тем, что часто именно узкоспециализированный туризм привлекает более опытных туристов с более высоким уровнем доходов, для которых в первую очередь важна аутентичность ресурсов, получение индивидуального опыта в путешествии и уход от массовых направлений; туристов, которых в современном глобальном мире отличает стремление к самоидентификации, поиску нового, неизведанного, что является важнейшим фактором развития современного туризма.

Историко - культурный туризм развивается уже достаточно долго, но в последние годы в нем происходят достаточно быстрые изменения и преобразования. Эти изменения связаны с новыми формами культурного туризма, которые могут более активно развиваться в будущем. К ним относят формы культурного потребления, обусловленные новыми технологиями, а также рост независимости культурного туриста, которая дает возможность исследовать новые направления, только отдаленные и экзотические, но и повторно открывать уже известные. Культурный туризм, вероятно, будет развиваться не как узкая туристическая ниша, а станет более общим средством потребления элементов повседневной жизни, нового опыта, интегрированного в местные социальные, экономические и культурные системы.





Список использованной литературы

1. Очилова Х.Ф. Перспективы этнопарков в Узбекистане // Туризм и гостеприимство № 1 / 2020. С.69-75.
2. https://www.researchgate.net/publication/340262271_Vozmoznosti_razvitiya_k_ulturnogo_turizma_v_zone_velikogo_selkovogo_puti
3. <https://scienceforum.ru/2018/article/2018001615>
4. <https://cyberleninka.ru/article/n/velikiy-shepkovyuy-put-geopoliticheskie-geograficheskie-i-ekonomicheskie-aspekty-proektirovaniya-transgranichnogo-turistskogo/viewer>
5. Очилова Х. Ф., Умирова Д. С. Гастрономический туризм: теория и практика. – ООО Директ Медиа, 2021.
6. Рассохина Т. В., Жираткова Ж. В., Очилова Х. Ф. Основы экскурсионной деятельности. изд. ЮРАЙТ – 2020.

