

KULTŪRINIS TURIZMAS KAIP KULTŪRŲ SUARTĖJIMO VEIKSNYS: KUO ISPANAI DOMISI LIETUVOJE?

Vladimiras Gražulis

Mykolo Romerio Universitetas

Jelena Ostik

Vilniaus jėzuitų gimnazija

Anotacija

Straipsnyje aptariama kultūrinio turizmo mokslinė problematika, apžvelgiami šios turizmo rūšies Lietuvoje resursai, pristatyti užsienio turistams patraukliausi materialiojo ir nematerialiojo kultūrinio paveldo objektai. Remiantis ispanų turistų nuomonės empiriniu tyrimu atlikta kultūrinio turizmo Lietuvoje būklės analizė. Ji atskleidė, kad lankomos vietovės bei kultūros paveldo objektai domina užsienio turistus, tačiau dėl teikiamų paslaugų trūkumų ne visi turistai lieka patenkinti kelionėmis. Lietuvos kultūrinio turizmo konkurencinių galimybių didinimui būtina tobulinti teisinę bazę bei plėsti lankomų objektų sąrašą.

Pagrindiniai žodžiai: kultūrinis turizmas, kultūros paveldas, kultūrinio turizmo plėtra.

Įvadas

Straipsnio mokslinė problema, naujumas ir aktualumas. Lietuva tarptautinio turizmo kontekste yra pakankamai naujas ir daugeliui pasaulio šalių dar mažai žinomas „produktas“. Tokią jos padėtį nulėmė sudėtingos istorijos peripetijos, svarbiausia iš jų – Lietuva nuo pat antrojo pasaulinio karo pradžios buvo okupuota svetimos valstybės, ir jos, kaip nepriklausomos valstybės, vardas dingo iš pasaulinio žemėlapių. Tai turėjo sunkių pasekmių, kurios jaučiamos iki šiol, nes netgi ir dabar kai kuriose Europos Sąjungos šalyse (Italija, Ispanija, Prancūzija ir kt.) nemaža dalis gyventojų menkai žino, kas yra ir kur randasi Lietuva.

Tarptautinio turizmo plėtra tapo itin aktualia tema Lietuvai 2004 m. įstojus į Europos Sąjungą, kai be papildomų formalinių suvaržymų prasidėjo užsienio turistų, pageidaujančių pažinti dar mažai žinomą pasauliui šalį, antplūdis. Tenka pripažinti, kad užsienio turistų srautas užplūdo Lietuvą, dar nepakankamai pasiruošusią priimti didelio turistų skaičiaus. To pasekmė – neretas užsienio lankytojų nusivylimas dėl prastai išplėtos viešosios turizmo infrastruktūros (2007–2010 m. NTTP galimybių studija). Deja, turizmo vystymąsi mūsų šalyje iki šiol stabdo daugelis veiksnių: trūksta išsamios turistinės informacijos, pramogų, yra nepatenkintų taip pat maisto ir apgyvendinimo paslaugomis bei kt. (2007–2010 m. NTTP galimybių studija) ir tai kelia nemažai problemų jos įvaizdžio kūrimui. Nors apie tai rengiamos studijos, tačiau jos dažniausiai skirtos bendrai situacijai Europos turizmo kon-

tekste aptarti (pavyzdžiui, M. Lehtimaki „Kultūros paveldas ir turizmas“, 2009 m.; Tourism in the New Europe: the Challenges and Opportunities of EU Enlargement, sudaryta D. Hall, M. Smith et al. 2006 m. ir kt.). Todėl dar nesusiformavo vieningo sisteminio požiūrio, susijusio su tarptautinio turizmo plėtros procesais Lietuvoje. Iki šiol ne visai žinoma, kokie Lietuvos turizmo produktai labiausiai traukia užsienio lankytojus, kokie yra pagrindiniai jų kelionių į Lietuvą tikslai.

Kaip rodo EUROSTATO statistiniai duomenys, iki šalį užplūdusios ekonominės krizės kasmet didėjo besidominčių Lietuvos kultūra atvykstančių užsienio turistų skaičius (Lietuvos turizmo statistikos duomenimis, nuo 2004 iki 2007 m. padidėjo net 52,09 %) tarp jų ir ispanakalbių (2009 m. organizuotai atvykusių turistų skaičius iš Ispanijos ženkliai padidėjo ir jų skaičius pasiekė 0,9 tūkst. (t. y. 95,1 % daugiau lyginant su ankstesniais metais (http://www.tourism.lt/turizmo_statistika/apzvalgos.php)), todėl kultūrinis turizmas Lietuvoje šiuo metu laikytinas dominuojančia turizmo rūšimi. Besikeičianti situacija Lietuvos turizmo rinkoje, mūsų manymu, skatina tirti turizmo būklę ir daryti jo rinkos tyrimus. Pirma mokslinė publikacija šia tema – Estijos, Latvijos bei Lietuvos UNESCO komisijų 2003 m. išleistas Baltijos šalių Kultūrinio turizmo dokumentas (Baltic Cultural Tourism Policy Paper, 2003 m.). Jame pristatyti reikšmingiausi Lietuvos kultūrinio turizmo objektai, apžvelgta jų būklė, taip pat nurodytos pagrindinės problemos, kurios tuo metu stabdė kultūrinio turizmo plėtrą. Kadangi dauguma dokumente išdėstytų problemų jau yra išspręstos (atsirado daugiau turizmo terminų, vis daugėja informacijos užsienio kalbomis apie kultūrinio turizmo objektus Lietuvoje, gėrėja aptarnavimo kokybė ir kt.), todėl šiame straipsnyje, pasitelkus atlikto tyrimo rezultatus, akcentuojamos dabarties Lietuvai būdingos aktualijos.

Kultūra ir turizmas, kultūros paveldo ir turizmo santykis, kultūrinio turizmo plėtros galimybės Lietuvos, Lenkijos, Latvijos, Estijos, Vokietijos, Švedijos, Islandijos, Suomijos bei kt. šalyse aptariamos M. Lehtimaki knygoje „Kultūros paveldas ir turizmas“ (2009 m.), tačiau pažymėtina, kad Lietuvos kultūri-

nio turizmo situacija šioje knygoje yra apžvelgta nepakankamai, joje tik supažindinama su kai kuriomis turizmo plėtrą stabdančiomis problemomis. Be to, dėl statistinių duomenų trūkumo, knygos autoriaus pateikti pamastymai, mūsų manymu, laikytini nepakankamai ir abejotina, ar gali būti priimti kaip pagrindas rimtai mokslinei diskusijai.

Deja, iki šiol trūksta tiriamųjų darbų, atskleidžiančių kultūrinio turizmo Lietuvoje būklę. Todėl, siekiant sužinoti atvykstančių iš tolimesnių kraštų turistų nuomonę apie šios turizmo šakos situaciją Lietuvoje, buvo atliktas tyrimas, kuriame dalyvavo turistai iš Ispanijos.

Retrospektyviai žiūrint į Ispanijos ir Lietuvos istoriją, galima teigti, kad dėl daugelio amžių skirtingo istorinio bei kultūrinio palikimo kiekvienoje šalyje susiformavo savitas ir nepakartojamas paveldas. Ispanijos kultūros atsiradimas daugiausiai susijęs su pietinių kaimynų – arabų – įsiveržimu ir jų dominavimu Ispanijos teritorijoje net iki viduramžių. Lietuvai, atvirkščiai, daugiausiai įtakos padariusios rytų kaimynai bei Lenkija.

Tyrimo objektas: turistų iš Ispanijos domėjimosi kultūriniu paveldu Lietuvoje bei jų nuomonė apie kultūrinį turizmo esamą būklę.

Tyrimo tikslas atskleisti ir įvertinti turistų iš Ispanijos kelionių į Lietuvą pagrindinius poreikius bei aptarti kultūrinio turizmo segmento plėtros perspektyvas.

Tyrimo uždaviniai:

- nustatyti, kokie kultūrinio turizmo objektai bei renginiai Lietuvoje labiausiai patraukia ispanų turistų dėmesį,
- aptarti aplinkybes, turinčias įtakos užsieniečių nuomonei apie Lietuvą,
- išsiaiškinti veiksnius, trukdančius kultūrinio turizmo plėtrai Lietuvoje,
- išsiaiškinti kultūrinio turizmo plėtros galimybes ir pateikti pasiūlymus dėl šio segmento veiklos tobulinimo.

Tyrimo metodai: mokslinėje literatūroje aptariamų požiūrių į kultūrinį turizmą, teisinės bazės ir pan. kritinė analizė, respondentų kokybinis ir kiekybinis tyrimas bei rezultatų aptarimas.

Kultūrinio turizmo Lietuvoje plėtros galimybės – nuo istorinių prielaidų iki dabarties aktualijų

Šiuo metu Lietuvoje, kaip ir kitose valstybėse, sparčiausiai vystosi kultūrinis turizmas (2007-2010 m. NTTP galimybių studija), todėl nuolat didėjančioje konkurencinėje aplinkoje sisteminis požiūris į šalies kultūrinio palikimo santykį su turizmo plėtra tampa viena iš konkurencinių pranašumų¹.

¹ Žodis *kultūra* kilęs iš lotyniško termino „cultura“, kuris tuo metu aiškino kulto arba garbinimo procedūras. Su laiku šio žodžio samprata transformavosi į *išsiugdytą žinojimą, kurį žmonės panaudoja interpretuodami patirtį ir generuodami socialinį elgesį*

Šalių kultūrinį paveldą susidomėta po didžiųjų archeologinių atradimų Egipte, Graikijoje ir kt. XIX a. pradžioje. Šie atradimai tapo pagrindu kultūrinį paveldą pradėti vertinti kaip naują fenomeną, su laiku virtusiu žmonių pagrindiniu kelionių objektu. Atskirų šalių kultūrinis savitumas paskatino vienos kultūros atstovus domėtis svetimomis kultūromis. Šalies kultūrinis palikimas užgimsta kartu su valstybės užuomazgomis, todėl kultūra, „pagimdanti“ turizmą, nuolatos sąveikauja su pastaruoju. Taigi turizmas skatina puoselėti senąją kultūrą, ją vystyti bei saugoti būsimoms kartoms.

Literatūros šaltinių studijos sąvoką *kultūrinis turizmas* bendrąją prasmę leidžia aiškinti kaip kelionę, kurios tikslas yra susipažinti su kultūrine aplinka, jungiančia kraštovaizdžio, vaizduojamojo bei scenos meno, vietinio gyvenimo būdo, vertybių, tradicijų pažinimą, dalyvauti renginiuose, susijusiuose su kūrybinių bei tarpkultūrinių mainų procesais (Baltic Cultural Tourism Policy Paper, 2003, p. 14). Kultūrinio paveldo ir kultūrinio turizmo santykis daugelio mokslininkų aiškinamas nevienodai, kas sukelia nemažų nesusipratimų. Kai kurie autoriai (Zeppel, Hall, Sharpley, et al.) yra linkę kalbėti apie kultūrinį turizmą įtraukdami į šią sąvoką ir paveldą, kaip esminį kultūrinio turizmo segmentą (Staged Authenticity and Heritage Tourism, 2003). Tačiau pastaruoju metu pradėta skirti šias dvi sąvokas ir atskirai kalbama apie kultūrinį turizmą ir paveldo turizmą (heritage tourism) („Tarptautinis kultūrinis turizmas“ (International Cultural Tourism, 2006) bei Shashi Misiura „Paveldo marketingas“ (Heritage marketing, 2006). Pirmu atveju apžvelgiamos skirtingos *kultūrinio ir paveldo turizmo* definicijos. Kultūrinis turizmas siejamas su kultūrine veikla: įvairių renginių, koncertų, muziejų lankymu, pažintimi su skirtingomis meno rūšimis bei kt. Kultūrinio turizmo šalininkai pastarąjį aiškina kaip tenkinanti žmogaus kultūrinius poreikius <...> (Sigala, Leslie, 2006, 6-7 p.), todėl jis siejamas su įvairių renginių, koncertų, muziejų lankymu, pažintimi su skirtingomis meno rūšimis bei kt. *Paveldo turizmo* šalininkai (Zeppel, Hall, Sharpley, Ashworth, Goodall bei kt.) pabrėžia, kad šios krypties turizmo pagrindinė funkcija – sugrąžinti mus į praeitį, todėl toks turizmas sietinas su nostalgija ir noru išbandyti bei atrasti naujus kultūrinius kraštovaizdžius bei formas. Bendrąja prasme paveldo turizmas siejamas su tuo, kas yra perduodama iš kartos į kartą: tradicijos, natūralūs kraštovaizdžiai, pastatai, artefaktai, kultūrinės tradicijos bei kt. (Ten pat, 7-8 p.). Pateikta su turizmo susietų sąvokų aiškinimo

(Baltic Cultural Tourism Policy Paper, 2003, p. 14). Išsiugdytas žinojimas sukuria vertybes, santykius tarp žmonių ir daro įtaką jų elgesiui. Į kultūrą dabar gali būti žvelgiama kaip į skirtingų dvasinių, materialinių, intelektualinių ir emocinių bendruomenės arba jos dalies bruožų rinkinį, taip pat kaip į dailę, literatūrą, gyvenimo būdą, gyvenimo kartu būdą, vertybių sistemą, tradicijas ir tikėjimą.

apžvalga, mūsų manymu, nesudaro rimto pagrindo atskirai vartoti kultūrinio ir paveldo turizmo terminus. Mūsų įsitikinimu, paveldas ir yra pagrindinis kultūrinio turizmo atributas.

Lietuvos kultūrinį paveldą sudaro tai, kas susikūrė įvairių kitų kultūrų sandūroje². Sudėtinga ir prieštaringa Lietuvos istorija suformavo savitą kultūrą, kuriai didelį poveikį padarė vokiečių, lenkų, rusų bei kai kurių kt. tautų kultūra. Taigi kultūrinių skirtumų ir bendrumų šaltinis glūdi būtent istorijos tėkmėje. Per paskutinius šimtmečius vykusios Lietuvos okupacijos bei kitoks užsienio valstybių poveikis Lietuvoje paliko savo pėdsakus ir kultūriniame šalies gyvenime. Lietuvos prieštaringa istorija leidžia teigti, kad Lietuvos kultūrinį paveldą iki mūsų dienų išsaugojo mažiau svetimų kultūrų įtakos patyrusi kaimo aplinka. Anot R. Grigo bei kultūrologo A. Šidlausko, Lietuvos kaimas visada buvo Lietuvos tautos bendruomeniškumo, etninės kultūros gyvybingumo bei autentiškumo šaltinis (R. Grigas „Šiuolaikinis kaimas ir kultūra“ (http://www.lkdte.lt/_download/kulak/1999/99.4/21.pdf); A. Šidlauskas „Pamąstymai apie kultūrą“ (<http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2005-09-08-aleksandras-sidlauskas-pamastymai-apie-kultura/10858>). Šios dienos Lietuvos kaimo kultūrinė aplinka daug kuo skiriasi nuo miesto kultūrinės aplinkos. Vadinas, nagrinėjant situaciją su turizmu Lietuvoje, būtina vertinti kaimo vaidmenį, nes būtent kaimas išsaugojo ir jame tebe gyvuoja autentiškos senovinės tradicijos (tradicinės šventės – užgavėnės, joninės ir kt. – amatai, folkloras ir kt.). Dėl šių priežasčių Lietuva tampa įdomiu kelionių tikslu užsienio turistams, tarp jų ir ispanams, iki šiol esantiems pakankamai nauju turistų kontingentu mūsų šalyje.

Lietuvos kultūros vertybių registre užregistruota apie 25000 kultūros paveldo objektų, tarp kurių daugiau kaip 7000 yra saugomi valstybės. Kultūrinio turizmo plėtrai reikšmingos senovinės pilys, gynybinio paveldo objektai, bažnyčios ir vienuolynai, dvarai ir dvarų sodybos, istoriniai parkai, etnografiniai kaimai ir pramonės paveldas. Užsienio turistų susidomėjimą, be abejo, kelia į UNESCO pasaulio paveldo sąrašą įtraukti materialiajam, taip pat nematerialiajam paveldui priskirtini objektai (1 lent.).

Kultūrinio turizmo plėtrai savo indėlį įneša Lietuvos sakralinis paveldas (http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=325084&p_query=&p_tr2=). Turimas turtingas Lietuvos sakralinis paveldas,

muziejų gausa³, senoviniai amatai ir šventės padeda atskleisti Lietuvos išskirtinumą, lietuviškosios kultūros savitumą, o kartu sukelia svetimos kultūros atstovų smalsumą ir susidomėjimą, todėl visa tai būtina įtraukti į kultūrinio turizmo plėtos ir kelionių programas. Kaip matyti, Lietuvos kultūrinis paveldas yra gana įvairialypis, turintis krikščioniškosios bei europietiškosios kultūros bruožų. Krikščioniškoji kultūra – tai kaimo žmogaus aplinkoje gimusi kultūra. Europietiškoji kultūra – daugiau miesto kultūra, tai atvira kultūra, nes jai daug įtakos padarė svetimos kitataučių kultūros.

1 lentelė

UNESCO pripažinti paveldo objektai Lietuvoje

Materialūs objektai	Vilniaus senamiestis (1994 m.)
	Kernavės archeologinė vietovė (2004 m.)
	Struvės geodezinis lankas (2005 m.)
	Kuršių nerija (2000 m.)
Nematerialūs objektai	Kryždirbystė ir kryžių simbolika (2001 m.)
	Dainų švenčių tradicija ir simbolika (2003 m.)

Šaltinis: sudaryta straipsnio autorių remiantis Nacionalinės UNESCO komisijos duomenimis (http://portal.unesco.org/culture/en/files/23640/11033006043bct_short1.pdf/bct_short1.pdf)

Taigi krikščioniškąją kultūrą galima laikyti autentiškąja šalies kultūra, atskleidžiančią tikrąsias jos ypatybes. Europietiškoji kultūra – bendrąsias kultūros vystymosi tendencijas atskleidžianti kultūra. Šiuo metu Lietuvoje užsienio turistai yra supažindinami daugiausia su miesto kultūra (pvz., etnografinis Rumšiškių muziejus po atviru dangumi retai kada įtraukiamas į turistinių maršrutų programas), vadinas, su autentiškąja Lietuvos kultūra yra supažindinama gana paviršutiniškai. Kaip pabrėžiama daugelio autorių, būtent identitetas yra svarbus kultūrinio (paveldo) turizmo atributas (Chabra D., Healy et al., 2003, p. 703).

Be abejo, tarptautinio turizmo plėtrai kiekvienoje šalyje turi galiojanti teisinė bazė, tad būtina aptarti ir jos dabartinę situaciją Lietuvoje. 2003 m. Baltijos šalių UNESCO komisijos kultūrinio paveldo turizmo būklės analizėje konstatuota, kad Lietuvoje tarptautiniam turizmui vystyti trukdo neefektyvus teisinės sistemos reguliavimas. Viena iš pagrindinių problemų – turizmo rūšis apibrėžiančių terminų trūkumas (Baltic Cultural Tourism Policy Paper, 2003). Deja, iki šiol Lietuvos turizmo įstatymas neturi termino „kultūrinis turizmas“ apibrėžimo, todėl daugelis tei-

² Pirmąsias Lietuvos valstybingumo užuomazgas galima įžvelgti jau nuo XI a., kai 1009 m. pirmą kartą buvo paminėtas Lietuvos vardas, nors pati valstybė galutinai susikūrė tik valdant karaliui Mindaugui XIII a. (Gudavičius, 1998). Lietuvos vardo paminėjimas laikytinas neabejotinai svarbiu faktu, kadangi jis paliko didelį pėdsaką ir šiandienos Lietuvos kultūriniame gyvenime – pirmą kartą savo istorijoje 2009 m. Vilnius tapo Europos kultūros sostine.

³ Šalyje taip pat yra 3 nacionaliniai muziejai, 15 respublikinių muziejų ir 3 apskričių muziejai, 63 savivaldybių muziejai (kraštotyros ir memorialiniai), 18 žinybinių muziejų ir 7 nevalstybiniai muziejai (2007-2013 m. NTPP).

sės aktų savaip interpretuoja ir vartoja šį terminą (plg. NTPP, Lietuvos turizmo įstatymas, Lietuvos Respublikos saugomų teritorijų įstatymas ir kt.). 2007-13 m. Nacionalinėje turizmo plėtros programa turizmo terminų sistemingo surūšiavimo nebuvimą apibūdina kaip vieną iš esminių turizmo vystymąsi Lietuvoje stabdančių problemų (2007-13 m. NTPP). Kitas svarbus akcentas – bendradarbiavimo tarp viešojo ir privačiojo sektorių trūkumas. Kaip pavyzdys galėtų būti paminėtas valdžios sprendimas viešbučiams ir restoranams padidinti PVM iki 19 % 2009 m. (http://www.marketnews.lt/naujiena/viesbuciu_versla_pripaude_is_karto_kelios_problemos_2010-05-02), kuris šiemet pakeltas net iki 21 %. Tuo tarpu Latvijoje šis mokestis sudaro tik 10 %, Estijoje – tik 9 % (http://www.elta.lt/zinute_pr.php?inf_id=1190223). Menkas abiejų ūkio sektorių bendradarbiavimas pastebimas, sprendžiant kultūrinių vertybių apsaugos klausimus. Viešasis sektorius skiria per mažai lėšų ir dėmesio jų apsaugai, neparengia reikalingų įstatymų (2007-2010 NTPP galimybių studija), o privatusis sektorius, naudodamasis teisės aktų spragomis, neretai siekia tik pasipelnyti, paversdamas kultūrinio palikimo objektus „pinigų fabriką“ (Baltic Cultural Tourism Policy Paper, 60 p.). Manytina, viešojo administravimo institucijos turėtų daugiau skatinti privatųjį sektorių suvokti savo misiją per socialinį veiklos aspektą, nukreipiant dėmesį į išliekamąją naudą ateisiančioms kartoms.

Šiandien Lietuvoje yra gausu kultūrinių resursų, kurie vis mažiau naudojami arba neišnaudojami visai. Pavyzdžiui, tokios senovinės kaimui būdingos tradicijos kaip grybavimas, uogavimas, tradicinė žvejyba, bitininkystė, kalvystė galėtų būti įtrauktos į kaimo turizmo plėtros programas. Vertėtų taip pat pabrėžti Lietuvos turimą unikalų kulinarinį bei etnografinį paveldą, nes kiekviename regione jis yra kitoks (Lehtimäki, 2009, 11 p.). Didelę svarbą kultūriniam turizmui kaimo aplinkoje atgaivinti turi dažnesnis kultūrinių renginių organizavimas, tokiu būdu atsirastų galimybė giliau pažinti kiekvieną Lietuvos regioną ir jam būdingas švenčių tradicijas (2007-2010 m. NTPP galimybių studija).

Pirmiau pateikti Lietuvos kultūriniai resursai dėl savo unikalumo (ypač lyginant su pietų Europos šalimis) galėtų reikštis kaip šalies konkurencinės galimybės, todėl, siekiant pagyvinti ir labiau išvystyti kultūrinį turizmą, reikėtų sugrąžinti kaimui jo istoriškai užtarnauta svarbą šalies kultūriniame palikime, daugiau

orientuojantis į kaimui būdingą turimą materialųjį bei nematerialųjį paveldą.

Tyrimo metodologija

Tyrimui atlikti panaudota anoniminė anketinė apklausa bei giluminis interviu su Ispanijos turistų grupe (dalyvavo virš 150 žmonių). Respondentų tikslinės grupės pasirinkimas buvo sąlygotas to, kad statistikos duomenimis Ispanija priklauso tai šalių grupei, kuri ne itin dažnai aplanko Lietuvą (http://www.tourism.lt/turizmo_statistika/ais.php), vadinasi, tokio pobūdžio tyrimas gali padėti nustatyti, ko, vykdami į Lietuvą, tikisi turistai iš Ispanijos, kokie yra jų lūkesčiai ir, siekiant pritraukti daugiau turistų iš pietinių šalių, ką vertėtų modifikuoti kultūrinio turizmo kelionių programose. Tyrimu siekta išsiaiškinti respondentų nuomonę apie kelionės į Lietuvą tikslus, kokios kultūrinio turizmo vietovės, objektai bei renginiai jiems buvo patraukliausi, ar susidūrė su sunkumais dėl paslaugas teikiančių tarnybų darbo ir pan. Nors straipsnio autoriai negali teigti, kad tiriamųjų išsakyta nuomonė atspindi visų į Lietuvą atvykstančių Ispanijos turistų nuomonę, tačiau tyrimo metu gauti duomenys yra svarbūs kokybine prasme, nes atskleidžia tam tikras tendencijas šiame turizmo segmente ir padeda objektyviau vertinti dabartinę kultūrinio turizmo būklę Lietuvoje.

Straipsnio autorių vykdomi tyrimai leidžia teigti, kad kitokios kultūros atstovai gali pakankamai patikimai vertinti Lietuvos kultūrinį palikimą, todėl ispanų nuomonė gali būti svarbi, siekiant sudominti šios bei kitų pietinių šalių turistus ir taip padidinti užsienio lankytojų srautą iš tolesnių kraštų.

Turistų iš Ispanijos kelionių į Lietuvą pagrindiniai lūkesčiai

Autorių atlikto tyrimo duomenimis, daugiau nei pusė (53%) keliaujančių į Lietuvą ispanų sulaukė 55 m. Vyresnio amžiaus turistai dėl saugumo jausmo bei kai kurių kitų faktorių, daugumos atvejų renka grupines keliones. Antrą pagal kelionių dažnumą turistų grupę sudaro žmonės, kurių amžius nuo 25 iki 35 m. Pastebėtina, kad jaunesni nei 35 m. turistai neretai pageidauja keliauti individualiai. Beveik visose amžiaus grupėse tarp respondentų dominuoja moterys. Kiekvienoje kelionėje moterų skaičius apie 30 % viršijo vyrų skaičių.

Tyrimo metu domėtasi, kokie tikslai paskatino ispanų turistus vykti į Lietuvą (1 pav.).



1 pav. Ispanų turistų kelionės į Lietuvą tikslai (%)

Kaip matyti, respondentams svarbūs keli kelionės į Lietuvą tikslai. Daugiau negu 2/3 respondentų (net 78 %) pagrindinis kelionės į Lietuvą motyvas – noras susipažinti su iki šiol menkai žinomu nedidelės tautos kultūriniu palikimu ir jos žmonėmis. Vykti į kelionę po Lietuvą taip pat paskatino noras pažinti gamtą (pažymėjo 57 % respondentų). Beveik tiek pat (54%) nurodė, kad jų kelionės tikslas – aplankyti buvusią Sovietų Sąjungos respubliką, pamatyti, kuo ji ypatinga kaip tokia. 42% dalyvavusių šiame tyrime atsakė, kad jų kelionę labiau motyvavo noras susipažinti su Lietuvai būdinga miestų arba kaimų architektūra. Tik 3% respondentų 2009 m. atvyko į Lietuvą dėl vykusių „Vilnius – Europos kultūros sostinė 2009“ programos renginių. Interviu metu respondentai atkreipė dėmesį į kultūros sostinės dienų organizatorių nepakankamas pastangas tinkamai pristatyti programos konkrečius renginius už Lietuvos ribų. Kaip matyti, Organizuojant tokio lygmens renginius neužtenka formalios reklamos, būtina ieškoti ir kitų, daugiau veiksmingų priemonių, pvz., daugelis ispanų turistų išsakė savo ne-

pasitenkinimą dėl informacijos trūkumo ispanų kalba. Kai kurie turistai (5%) į Lietuvą vyksta dėl kitokio pobūdžio asmeninių tikslų, pvz., sekso turizmas, pirkiniai ir pan. Tik 1% respondentų buvo aplankę Lietuvą jai būnant Sovietų Sąjungos dalimi, todėl jų kelionę labiausiai motyvavo noras grįžti ir pamatyti, kas nuo tų laikų pasikeitė Lietuvos ekonominiame, politiniame bei kultūriniame gyvenime. Kaip matyti, ispanų turistams Lietuva kol kas nėra gerai pažįstamas kraštas, todėl daugiau traukiantis juos kaip tam tikra egzotika. Strateginiu požiūriu ši priežastis vargu ar gali būti užsienio turistų nuolatinio traukos objektu, nes tikėtina, kad tai tik laikina Lietuvos būseną. Kiti pagrindiniai ispanų tikslai – sovietinio laikotarpio palikimas ir į Ispanijos kraštovaizdį nepanaši gamta. Vadinas, norėdami pritraukti daugiau Ispanijos ir apskritai užsienio turistų, Lietuvoje būtina rengti projektus ir renginius, susijusius su istoriniu paveldu, įtraukiant į juos sovietinės epochos objektus taip pat, ir gamtos pažinimu.

2-me paveiksle parodyta, kokios kultūrinio turizmo vietovės yra patraukliausios turistams iš Ispanijos.



2 pav. Ispanijos turistams patraukliausios kultūrinio turizmo vietovės Lietuvoje (%)

Kaip matyti, ispanų turistus labiausiai traukia Trakų nacionalinis ir istorinis parkas, pirmiausia – Trakų pilis (91%), prie patraukliausios objektų dar priskirti – Kuršių nerija bei Vilniaus senamiestis. Dėl savo skirtingumo su Ispanijos gamta, kiekvienam ketvirtam ispanų turistui gerą įspūdį palieka Lietuvos gamta: miškų ir ežerų gausa. Kartu, kaip prielaida išsaugoti Lietuvos gamtą vienu iš patraukliausių turistinių objektų, turistų pažymima natūralios gamtos ir urbanizacijos proceso suderinamumo svarba.

Tyrimo metu taip pat domėtasi, kokie kultūros objektai bei renginiai daugiausia patinka Ispanijos turistams (žr. 2 lent.). Tyrimas parodė, kad visi kelionių organizatorių siūlomi objektai bei renginiai ispanų turistų vertinami kaip įdomūs.

2 lentelė

Ispanijos turistams labiausiai patinkantys kultūros objektai bei renginiai Lietuvoje

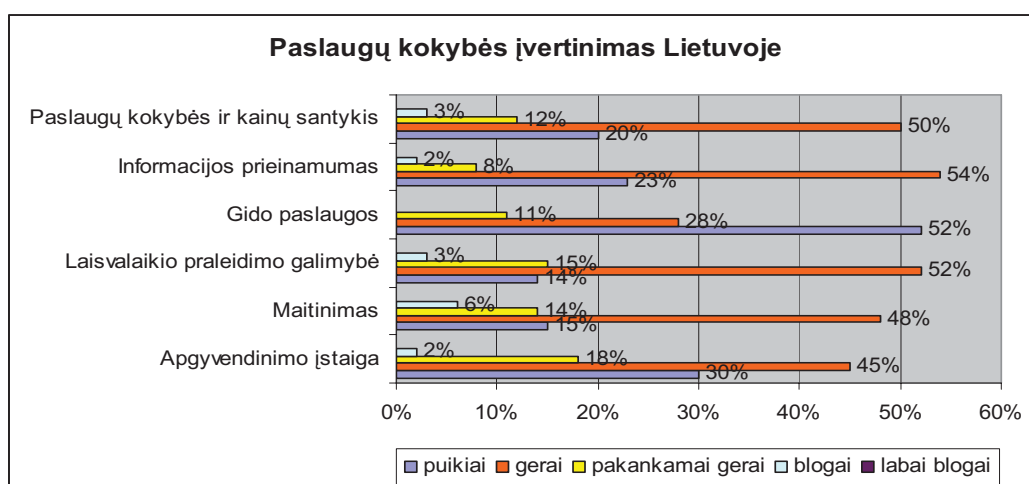
Kultūros objektai	Gintaro galerija Vilniuje
	Gintaro muziejus ir botanikos sodas Palangoje
	KGB muziejus
	Kryžių kalnas
	Raganų kalnas Juodkrantėje
Kultūriniai renginiai	Jūros šventė Klaipėdoje

Deja, būtina pastebėti, kad kelionių organizatoriai kitokių lankytinu kultūrinio turizmo objektų Lietuvoje užsienio turistams siūlo gana retai. Tuo tarpu tokių paveldo objektų, kaip Vilniaus universiteto architektū-

rinis ansamblis, Pažaislio vienuolynas, Orvydų muziejus-sodyba, Kernavės kultūrinis rezervatas, Rumšiškų etnografinis muziejus po atviru dangumi, Grūto parkas su sovietinio laikotarpio skulptūromis bei kt. įtraukimas į aktyviai lankytinų objektų programas neabejotinai didintų Lietuvos, kaip turizmo šalies, patrauklumą. Tikėtina, kad tam pačiam tikslui sėkmingai gali tarnauti ir pažintis su Lietuvos kaimui būdingu kulinariiniu bei etnografiniu paveldu, tradiciniais amatais bei populiariomis lietuvių tautinėmis šventėmis. Viso to pasekmė – daugelis užsienio turistų, atvykdamų į Lietuvą organizuoti (grupėmis), netenka galimybės pažinti ir kitą Lietuvos istorijos ir kultūros paveldą, kas mažina šalies konkurencines galimybes turizmo rinkoje. Reikia pripažinti, kad tokiai situacijai paaiškinti galima nurodyti nemažai priežasčių, jų tarpe ir nepakankamai išplėtotos studijų programos Lietuvos aukštosiose mokyklose bei kelionių organizatorių menkai vykdomi rinkos tyrimai.

Atsižvelgiant į ispanų turistų nuomonę, darytina išvada, kad Lietuvai yra būdingos bendros daugeliui valstybių kultūrinio turizmo kelionių programų trūkumai. Pavyzdžiui, lyginant su kaimyninėmis šalimis – Latvija bei Estija, į kurias Ispanijos turistai važiuoja dėl tų pačių tikslų kaip ir Lietuvą, irgi pabrėžia analogiškas problemas: per mažas dėmesys kultūriniais įvykiams, muziejams ir kai kuriems kitiems objektams (Baltic Cultural Tourism paper, 2003).

Siekiant išsiaiškinti kultūrinio turizmo plėtros rezervus Lietuvoje, be aplankomų objektų, tirta Ispanijos turistų nuomonė apie teikiamų paslaugų kokybę pagal tokius kriterijus, kaip paslaugų kainos ir kokybės santykis, informacijos prieinamumas ir pakankamumas, apgyvendinimas, maitinimas ir kt. (3 pav.).



3 pav. Ispanų turistų teikiamų paslaugų kokybės vertinimai

Suteiktų paslaugų kokybė daugelyje atvejų vertinama pakankamai aukštai, pvz., gidų darbas, apgyvendinimo įstaigų paslaugos, informacijos prieinamumas

lankomuose objektuose, paslaugų kokybė ir kainų santykis 70-80 % respondentų įvertino puikiai ir gerai. Be to, negalima ne pastebėti, kad tarp turistams

teikiamų paslaugų pasitaiko ir prastai vertinamų, pirmiausia tai pasakytina apie skirtingų turistų grupių poreikius tenkinantį maitinimą (pasigendama įvairaus maisto, nes jo pasirinkimas išlieka gana skurdus) bei laisvalaikio praleidimo galimybių. Kas dešimtas respondentas nepatenkintas transporto paslaugomis, anot jų, transporto priemonės neretai naudojamos senos ir todėl nelabai patogios, kas aštuntam ispanų turistui trūko informacijos apie teikiamas paslaugas jų gimtąja kalba. Dažnas respondentas pastebi, kad kelionių agentūrų siūlomos ekskursijos dažniausia būna pernelyg ištętos ir nepakankamai informatyvios, retai kada numatomas muziejų bei panašaus pobūdžio objektų lankymas.

Išvados

Turistų iš Ispanijos kelionės į Lietuvą tyrimas leidžia daryti išvadą, kad Lietuvą daugiausia aplanko vyresni nei 55 m. amžiaus žmonės. Pagrindinis jų kelionės tikslas – pamatyti bei pažinti pasaulyje vis dar mažai žinomą kultūrą, bet to, Lietuvą juos domina kaip buvusi Sovietų Sąjungos respublika. Juos žavi ir Lietuvos gamta.

Atvykę į Lietuvą turistai daugiausia dalyvauja apžvalginėse ekskursijose, susipažįstant su kai kuriomis kultūrinio turizmo vietovėmis (Vilniaus senamiestis, Trakų NIP, Kuršių Nerija) bei ten esančiais objektais. Tačiau turistai iš Ispanijos dėl kelionių organizatorių siūlomų programų negali susipažinti su kitais vertingais kultūros paveldo objektais (pvz., Pažaislio vienuolynas, Orvydų muziejus-sodyba, Kernavės kultūrinis rezervatas, Rumšiškių etnografinis muziejus, Grūto parkas bei kt.), nesusipažįsta jie ir su Lietuvos kaimui būdingu kulinariu bei etnografiniu paveldu, tradiciniais amatais bei lietuvių tautoje populiariomis šventėmis. To pasekmė: organizuotai atvykstantys turistai nepakankamai susipažįsta su kitais Lietuvos istorijos ir kultūros paveldo objektais, kas mažina šalies konkurencines galimybes turizmo rinkoje.

Nors daugelis tyrime dalyvavusių turistų iš Ispanijos sutinka, kad teikiamų paslaugų (maitinimas, apgyvendinimas, gido paslaugos) kokybė iš esmės vertina-

ma gana aukštai, kartu tyrimu nustatyta, kad pasitaiko ir trūkumų, kaip antai, ne visiems tinkamas maitinimas, naudojamos pasenusios transporto priemonės, neaiškios laisvalaikio praleidimo galimybės ir pan.

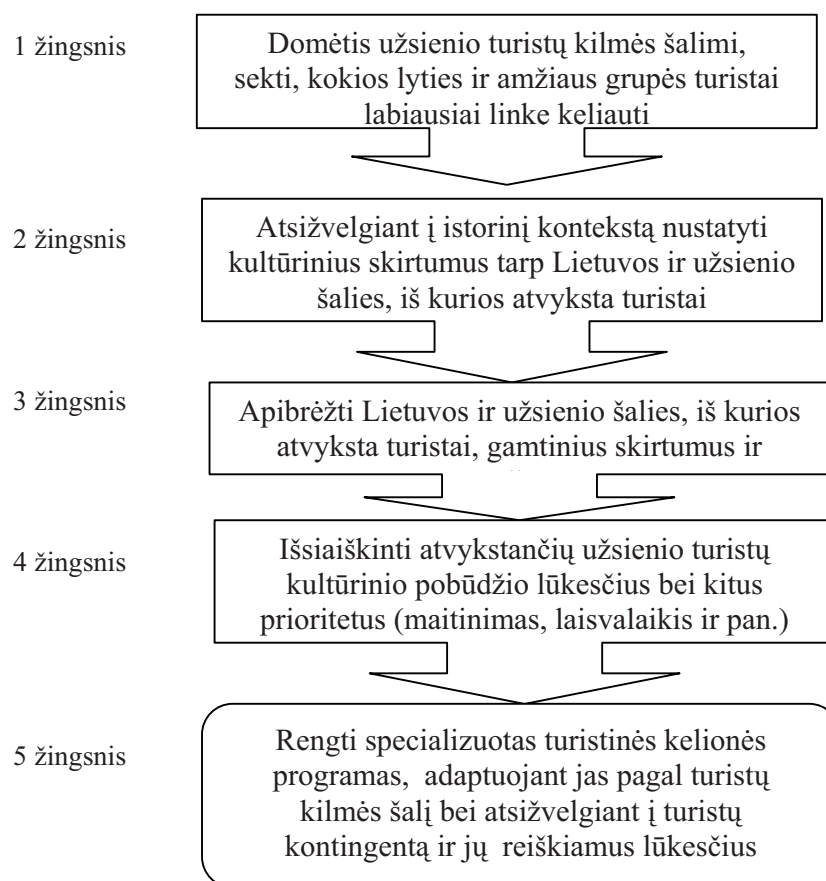
Daugelis turistų iš Ispanijos pripažįsta, kad Lietuva gali didžiuotis per amžius susiformavusiu savitu kultūros paveldu, kuris pagrįstai traukia užsieniečius aplankyti šalį, bet tam, manytina, reikalingas naujas požiūris į Lietuvos konkurencines galimybes turizmo rinkoje. Svarbiausios to priežastys – nepakankamai išplėtotą teisinę bazę (pvz., Lietuvos turizmo įstatyme nėra sąvokos „kultūrinis turizmas“ apibrėžimo) bei viešojo administravimo institucijų nepakankamas bendradarbiavimas su privačiu turizmo sektoriumi.

Pasiūlymai

Atsižvelgiant į tarptautinio turizmo plėtros svarbą Lietuvos konkurencinių galimybių formavimui bei siekiant padidinti užsieniečių susidomėjimą kelionėmis į Lietuvą, siūlytina:

- valstybinėms institucijoms nuosekliai vykdyti šalies konkurencinių galimybių turizmo rinkoje monitoringą, to pagrindu laiku tobulinti teisinę bazę, formuoti lanksčią šio ūkio segmento plėtros ir mokesčių politiką;
- kelionių organizatoriams laiku atliepti į nuolat besikeičiančias aplinkybes, tuo tikslu daugiau dėmesio skirti kelionių programoms atnaujinti, plačiau įtraukiant naujus maršrutus su kitais reikšmingais objektais bei kultūriniais renginiais: senovinėmis pilimis, teminiais muziejais, bažnyčiomis ir vienuolynais, dvarais, etnografiniais kaimais su savo folkloro šventėmis ir pan. Kalbant apie turistus iš Ispanijos, neabejotinai, reikia pateikti daugiau turistinės informacijos apie Lietuvą ispanų kalba, joje parodant Lietuvos išskirtinumą iš kitų pasaulio šalių.

Užsienio turistų kelionei po Lietuvą lūkesčiams nustatyti ir tokiu būdu kelionių organizatoriams nuolat tikslinti rengiamas kultūrinio turizmo programas, siūlytinas šis 5 žingsnių modelis:



Literatūra

1. *Apgyvendinimo įmonių statistika* [žiūrėta 2010-05-12]. Prieiga per internetą: http://www.tourism.lt/turizmo_statistika/ais.php
2. *Baltic Cultural Tourism Policy Paper* [žiūrėta 2010-05-13]. Prieiga per internetą: http://portal.unesco.org/culture/en/files/23640/11033006043bct_short1.pdf/bct_short1.pdf
3. Chabra D., Healy R. et al. *Staged Authenticity and Heritage Tourism*. – Oxford: Elsevier. – 2003. – 703 p. ISBN 978-0-75056-3481
4. *EUROSTAT statistika* [žiūrėta 2010-05-11]. Prieiga per internetą: http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_OFFPUB/KS-QA-09-042/EN/KS-QA-09-042-EN.PDF
5. Grigas. R. *Šiuolaikinis kaimas ir kultūra* [žiūrėta 2010-05-03]. Prieiga per internetą: http://www.lkdte.lt/_download/kulak/1999/99.4/21.pdf
6. Gudavičius E. *Mindaugas* / Lietuvos istorijos institutas. – Vilnius: Žara, 1998. 359 p.
7. *Lietuvos UNESCO objektų paveldo sąrašas* [žiūrėta 2010-04-24]. Prieiga per internetą: <http://whc.unesco.org/en/statesparties/lt>
8. *Lietuvos turizmo departamento statistika* [žiūrėta 2010-05-13]. Prieiga per internetą: http://www.tourism.lt/turizmo_statistika/apzvalgos.php
9. Lehtimäki M. *Kultūrinis paveldas ir turizmas: galimybės, poveikis, partnerystė ir valdymas*. – 2009. – 151 p.
10. Misiura S. *Heritage Marketing*. – Oxford: Elsevier. – 2006. – 280 p. ISBN 978-0-75066-3182
11. *2007-13 m. Nacionalinė turizmo plėtros programa* [žiūrėta 2010-05-01]. Prieiga per internetą: http://www3.lrs.lt/pls/inter3/dokpaieska.showdoc_l?p_id=325084&p_query=&p_tr2=
12. *Nacionalinės turizmo plėtros programos 2007-2010 m. galimybių studija* [žiūrėta 2010-05-13]. Prieiga per internetą: http://www.tourism.lt/informacija/ntp_programa.php
13. Sigala M., Leslie D. *International Cultural Tourism: management, implications and cases* (second edition). – Oxford: Elsevier, 2006. – 244 p. ISBN 88-7754-549-6
14. *Trumpa Lietuvos turizmo statistikos apžvalga* [žiūrėta 2010-05-11]. Prieiga per internetą: http://www.tourism.lt/turizmo_statistika/apzvalgos.php
15. Šidlauskas A. *Pamąstymai apie kultūrą* [žiūrėta 2010-05-11]. Prieiga per internetą: <http://www.bernardinai.lt/straipsnis/2005-09-08-aleksandras-sidlauskas-pamastymai-apie-kultura/10858>
16. *Viešbučių verslą prispaudė iš karto kelios problemos* [žiūrėta 2010-05-02]. Prieiga per internetą: http://www.marketnews.lt/naujiena/viesbuciu-versla-prispaude-is-karto-kelios-problemos_2010-05-02
17. http://www.elta.lt/zinute_pr.php?inf_id=1190223

Cultural tourism as cultural convergence factor: what Spaniards are interested in Lithuania?

Summary

The article discusses about the importance of tourism as the possibility to get to know other nations. The authors are in agreement that the cultural dimension of tourism has always been the main object of travels and also the goal of tourism. It can be bravely affirmed that the culture and tourism always interact. As a fact, the tourism encourages countries to take care and cherish the old culture, develop it and protect for the future generations.

Lithuania is comparatively a new country in the family of tourist countries. The tourism as a part of economy gained the major significance after joining the EU (for example, in the period from 2004 till 2007 the number of foreign tourists grew up by 52,09 % (Source: Department of Statistics to the Government of Lithuania)). The growing influx of foreign tourists, among them and Spanish tourists, shows that Lithuania is a popular tourist destination, it has a big potential and precisely for this reason it is necessary to put more efforts into the development of tourism in the country. The authors are in agreement with the opinion of the specialists that Lithuanian cultural heritage consists of what was created during many centuries by interaction of different cultures (Source: Baltic Cultural Tourism Policy Paper). Difficult and sometimes contradictory Lithuanian history formed a distinctive culture that was influenced by the German, Polish, Russian and another nations' cultural heritage. The particular topic in the aspect of tourism development is the consequences of Soviet occupation that left sad traces in Lithuanian history and culture. Today this period is one of reasons why the foreign tourists, mostly from Western Europe, are interested in Lithuania.

These days Lithuanian rural cultural environment is much different from the urban cultural environment. Thus, examining the situation of tourism in Lithuania, it is necessary to assess the role of the village, because it saved the ancient traditions and customs (traditional festivals - Mardi

Gras, St. John's Feast Day and others, also ancient crafts, folklore, etc.).

Both rich long-lived and modern cultural heritage attracts citizens also from further European lands such as Spain to Lithuania. After examining the trips of Spanish tourists to Lithuania the authors of this article found out that the most often reasons of their travels are the following: culture and people that are yet rather unknown in the world, the desire to see the differences between the present independent country and ex-Soviet republic. Moreover, the Spanish people miss the greenness, so one of the goals of their trip is also the desire to get acquainted with nature or just to see the peculiarities of the architecture of Lithuanian villages and towns. The local people seem to be warm enough, open-minded and friendly. However, although at the same time Spanish tourists emphasize that in Lithuania there is still a lack of leisure and information about cultural activity in Spanish language, the sector of services and food is still not well developed etc.

The research made by the authors of the article helps to understand better the importance of Lithuanian national culture for the development of international tourism. At state level it is necessary to form in a right way the policy of tourism development and increase its competitiveness. The public and private sector must collaborate. It is also necessary to expand the list of visited cultural sites.

The object of the article: the Spanish tourists interest in the cultural heritage of Lithuania and their opinion about the current state of cultural tourism.

The aim of the article: to reveal and assess the basic needs of Spanish tourists travels to Lithuania and discuss the segment of cultural tourism development prospects.

Key words: cultural tourism, cultural heritage, cultural tourism development.