

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო

უნივერსიტეტი

თბილისი, 0108, საქართველო

ხელნაწერის უფლებით

ჰუმანიტარულ, სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და მართვის ფაკულტეტი

წარმოდგენილია „მენეჯმენტის დოქტორის (ხელოვნების მენეჯმენტში)“

აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად

მაია ღვინჯილია

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის ასპექტები

ტურიზმში (ქართული ხალხური ტრადიციების მაგალითზე)

(დისერტაცია)

თბილისი 2016

საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ჰუმანიტარულ, სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და მართვის ფაკულტეტის სადოქტორო პროგრამა: ხელოვნების მენეჯმენტი.

სამეცნიერო ხელმძღვანელი:

მირონ ტულუში, ეკონომიკის აკადემიური დოქტორი, თბილისის საერთაშორისო აკადემიის ასოცირებული პროფესორი (ბიზნესის ადმინისტრირება)

ნიკო კვარაცხელია, ისტორიის მეცნიერებათა დოქტორი, საქართველოს საპატრიარქოს წმიდა ანდრია პირველწოდებულის სახელობის ქართული უნივერსიტეტის ტურიზმის პროგრამის მიმართულების ხელმძღვანელი, ტურიზმის ექსპერტი, პროფესორი

ექსპერტები:

იოსებ გობეჯიშვილი, პედაგოგიკურ მეცნიერებათა დოქტორი, საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ასოცირებული პროფესორი
მაკა(მარინა) თაქთაქიშვილი, საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს იუნესკოსა და საერთაშორისო ურთიერთობების სამსახურის არამატერიალური მემკვიდრეობის განყოფილების უფროსი

ჩვენ ქვემოთ ხელისმომწერნი ვადასტურებთ, რომ გავეცანით მათა ღვინჯილიას მიერ შესრულებულ ნაშრომს: „**არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის ასპექტები ტურიზმში (ქართული ხალხური ტრადიციების მაგალითზე)**“ და ვაძლევთ რეკომენდაციას საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის ჰუმანიტარულ, სოციალურ მეცნიერებათა, ბიზნესისა და მართვის ფაკულტეტს სადისერტაციო საბჭოში მის განხილვას დოქტორის აკადემიური ხარისხის მოსაპოვებლად.

ფიზიკური პირების ან სხვა დაწესებულებების მიერ შესაბამისი დასახელების ნაშრომის გაცნობის მიზნით, მოთხოვნის შემთხვევაში მისი არაკომერციული მიზნებით, კოპირებისა და გავრცელების უფლება მინიჭებული აქვს საქართველოს შოთა რუსთაველის თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტს. ავტორი ინარჩუნებს დანარჩენ საგამომცემლო უფლებებს და არც მთლიანი ნაშრომისა და არც მისი ცალკეული ნაწილის გადაბეჭდვა, ან სხვა რაიმე მეთოდით რეპროდუქცია დაუშვებელია ავტორის წერილობითი ნებართვის გარეშე. ავტორი ირწმუნება, რომ ნაშრომში გამოყენებული საავტორო უფლებებით დაცულ მასალებზე მიღებულია შესაბამისი ნებართვა (გარდა მცირე ზომის ციტატებისა, რომლებიც მოითხოვენ სპეციფიკურ მიდგომას ლიტერატურის ციტირებაში, როგორც ეს მიღებულია სამეცნიერო ნაშრომების შესრულებისას) და ყველა მათგანზე იღებს პასუხისმგებლობას.

რეზიუმე

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის (ისევე როგორც მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის) ტურიზმში გამოყენების პრობლემა საქართველოში მეტად აქტუალურია, რადგან იგი გულისხმობს ერთი მხრივ, ჩვენს ქვეყანაში კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-პოპულარიზაციას, მეორე მხრივ, კი მისი საუკეთესო ნიმუშების ტურისტულ პროდუქტში ფართოდ ჩართვასა და ამ საფუძველზე კულტურული ტურიზმის განვითარებას. ორივე ძალზე დიდი სოციალურ-ეკონომიკური მნიშვნელობის ამოცანაა.

საქართველოში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კულტურულ ტურიზმში გამოყენების მართვის საკითხები ჩვენს მიერ პირველად იქნა შესწავლილი.

საკვალიფიკაციო თემასთან დაკავშირებული თეორიულ-მეთოდოლოგიური საკითხების შესწავლის, მდიდარი საერთაშორისო გამოცდილების ანალიზის შემდეგ, ვფიქრობ, სადისერტაციო ნაშრომში სრულად წარმოვაჩინეთ საქართველოში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-პოპულარიზაციის, აგრეთვე კულტურული ტურიზმის განვითარების ფაქტობრივი მდგომარეობა და რაც მთავარია, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის საუკეთესო ნიმუშების ტურისტულ პროდუქტში ჩართვის პროცესის მართვის პრობლემები, საკუთრივ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-პოპულარიზაციისა და კულტურული ტურიზმის განვითარების, აგრეთვე ტურიზმში კულტურული მემკვიდრეობის (მათ შორის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის) გამოყენების პროცესის მართვის სრულყოფის რეკომენდაციები.

კვლევისას გამოიკვეთა, რომ საქართველოს არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობას დიდი პოტენციალი აქვს გახდეს კულტურული ტურიზმის განვითარების მყარი საფუძველი, მაგრამ, სამწუხაროდ, იგი სრულად არ გამოიყენება ინოვაციური ტურისტული პროდუქტის შესაქმნელად, რაც უარყოფითად მოქმედებს საქართველოს, როგორც ტურისტული ქვეყნის იმიჯზე.

საერთაშორისო გამოცდილების შესაბამისად საქართველოში მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კულტურულ ტურიზმში ჩართვის პროცესის ეფექტიანი მართვისათვის აუცილებელია, როგორც **ცენტრალურ** (საქართველოს მთავრობისა და ძირითადად ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების, აგრეთვე კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროების და მათდამი დაქვემდებარებული ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს), ისე **რეგიონულ** (აჭარისა და აფხაზეთის ა/რ მთავრობებისა და ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს

რეგიონული სამსახურების) და **მუნიციპალურ** (შესაბამისი მუნიციპალური სამსახურების, ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს რეგიონული სამსახურების) დონეებზე აღნიშნული სამინისტროებისა და სამსახურების საქმიანობის **სრული კოორდინაცია**. მაკოორდინირებელი როლი კი მართვის დონეების მიხედვით საქართველოს მთავრობამ, აჭარისა და აფხაზეთის ა/რ მთავრობებმა და ადგილობრივმა მუნიციპალიტეტებმა (გამგეობა/მერია) უნდა იკისრონ.

მართვის უმაღლეს დონეზე აღნიშნული კოორდინაციის საკითხის გადაწყვეტის რამდენიმე ვარიანტი შეიძლება განვიხილოთ, მაგრამ საქართველოს მთავრობის ამჟამინდელი სტრუქტურის პირობებში ვფიქრობთ, მართებული იქნება თუ ის პრემიერ-მინისტრის ადმინისტრაციის შესაბამისი ფუნქციებით აღჭურვის საფუძველზე განხორციელდება. პირდაპირ შეიძლება ითქვას, რომ აღნიშნული ადმინისტრაციის სტრუქტურა (20-მდე დეპარტამენტი, ცენტრი თუ სამსახური) და პერსონალი საკმაოდ დიდია და მცირე რეორგანიზაციის შემთხვევაში შეიძლება „კულტურული მემკვიდრეობის (როგორც მატერიალურის ისე არამატერიალურის) ტურიზმში გამოყენების მართვის“ განყოფილების შექმნა, ან ამ ფუნქციების ზემოხსენებულ ადმინისტრაციაში ამჟამად არსებულ „რეგიონებისა და ადგილობრივი თვითმმართველობების ორგანოებთან ურთიერთობების დეპარტამენტსა“ და სხვა დეპარტამენტებში გადანაწილება.

კულტურული მემკვიდრეობის მართვის პრობლემის, განსაკუთრებით კი მისი დეცენტრალიზაციის აუცილებლობის შესახებ ცალკეულ სამთავრობო დოკუმენტებში წინათაც იყო მინიშნებული, მაგრამ, ჩვენი აზრით, აუცილებელია მატერიალურთან ერთად არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის დეცენტრალიზაციაზეც გამახვილდეს ყურადღება და იგი, აქაც და სხვა შემთხვევაშიც მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის რანგში იქნეს განხილული.

სადისერტაციო ნაშრომში ვფიქრობთ, რომ დავასაბუთეთ ამ მიმართებით მუნიციპალიტეტების (გამგეობა/მერია) როლის გაძლიერების აუცილებლობა. კერძოდ, მუნიციპალიტეტების გამგეობებსა და თვითმმართველი ქალაქების მერიებში უნდა განხორციელდეს მათი ორგანიზაციული სტრუქტურების ცვლილება და შეიქმნას მატერიალური და არამატერიალური **კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა განვითარებისა და მათი კულტურულ ტურიზმში ჩართვის სპეციალური სამსახური**. ეს შეიძლება განხორციელდეს გამგეობებსა და მერიებში არსებული ადამიანური რესურსების ბაზაზე (საჭიროების შემთხვევაში კადრების გადამზადების) ან რამდენიმე კვალიფიციური სპეციალისტის მოწვევის საფუძველზე. გარდა ამისა, გადახედოთ უნდა იქნეს გამგეობებისა და მერიების დებულებები, რათა ზემოაღნიშნული მიზნიდან გამომდინარე სწორად ჩამოყალიბდეს მათი ფუნქციები.

სადისერტაციო ნაშრომის დასკვნაში მოცემულია საქართველოში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობისა და კულტურული ტურიზმის განვითარებისა და ტურიზმში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტების გამოყენების მართვის ეფექტიანობის ამაღლების მიზნით გასატარებელი წინადადებები და რეკომენდაციები.

Summary

The problem of use of intangible cultural heritage (as well the tangible and intangible cultural heritage) in Tourism in Georgia is very important, because it means the one hand, our country's cultural heritage preservation and promotion, on the other hand, even the involving of the best samples in the tourism product and the development of cultural tourism. Both have great socio-economic importance of the task.

The management issues of use of Georgia's intangible cultural heritage in cultural tourism have been studied by us for the first time.

After the study, related with the qualifications topic of theoretical and methodological issues, with a rich international experience analysis, we think, we have in dissertation full presented the actual situation of preservation and promotion of intangible cultural heritage in Georgia, as well as the development of cultural tourism and the most important, the management problems of involvement of the best samples of intangible cultural heritage in the tourism product, especially the preservation and promotion of intangible cultural heritage and development of cultural tourism, recommendations for the management process of use of cultural heritage (including intangible cultural heritage) in tourism.

The research demonstrated that the intangible cultural heritage has a great potential to become a solid foundation for the development of cultural tourism, but, unfortunately, it is not fully used for innovative tourist product, which negative acts for Georgia, as the tourist country's image.

According of international experience, for effective governance of the involvement of the tangible and intangible cultural heritage in cultural tourism in Georgia are essential, at central level (the Georgian government, the Ministry of Economy and Sustainable Development, the Ministry of Culture and conservation and its affiliated National Tourism Administration and National Agency for the protection of cultural heritage of Georgia), at regional level (the governments of Adjara and Abkhazia, and the regional offices of the National Tourism Administration and the National Agency for the protection of cultural heritage) and at municipal level (the relevant local authorities, the National Tourism Administration and the National Agency for the protection of cultural heritage) the complete coordination of the ministries and agencies. A coordinating role on the management level should take the State Government, the governments of Abkhazia and Adjara and the local authorities (Municipality / City Hall).

Multiple options can be discussed for the solution of the Coordination issues at the highest management level. However, it would be appropriate at the current structure of the Georgian government, if they are carried out on the basis of the relevant functions of the Prime Minister. It should be noted that the amount of administrative structure (20 departments, centers or service

units) and employees is quite large. A small reorganization could be created a division called "management of use of cultural heritage (tangible and intangible) in tourism". Alternatively, these functions of the above-mentioned management (Administration) could existing "relations department of the regions and local self-government" and other departments are allocated.

Heritage management problem, especially the need of decentralization has already been mentioned in various government documents. However, in our view is necessary to make not only with respect to the management of the tangible cultural heritage to the need for decentralization attentive, but also with respect to the management of the intangible cultural heritage

In dissertation work we think that we have proved the need of strength of the role of the municipalities (City Hall). In the municipalities and in the city halls of self-governing cities and their organizational structures, have to take place minor changes and to create the special services for the “protection and development of the tangible and intangible cultural heritage and their involvement in cultural tourism”. This can be done on the existing human resource base in the administrations and authorities (if necessary, personnel training) or need to be invited qualified professionals.

In the conclusion of dissertation is given the development of intangible cultural heritage and cultural tourism in Georgia, also suggestions and recommendations to enhance the effectiveness of management for use of intangible cultural heritage in tourism.

შინაარსი

შესავალი.....	10
თავი 1. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები	
1.1. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის არსი და სტრუქტურა.....	17
1.2. ტურიზმში არამატერიალური კულტურული რესურსების გამოყენების საერთაშორისო გამოცდილება.....	31
1.3. არამატერიალური კულტურული რესურსების მართვის თავისებურებანი ტურიზმში.....	54
თავი 2. საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გამოყენების ანალიზი ტურიზმში	
2.1. ქვეყნის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სფეროები.....	70
2.2. ტურისტულ პროდუქტში ტუროპერატორების მიერ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გამოყენების მდგომარეობა	101
2.3. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის მდგომარეობა და არსებული პრობლემები	129
თავი 3. საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის სრულყოფის მიმართულებები ტურიზმში	
3.1. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის ოპტიმიზაციის მიმართულებები.....	140
3.2. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმში გამოყენების მართვის სრულყოფის გზები.....	152
3.3. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმში გამოყენების სრულყოფის ღონისძიებები მართვის დონეების მიხედვით.....	162
დასკვნა.....	175
გამოყენებული ლიტერატურა	181
დანართი.....	192

შესავალი

კულტურული მემკვიდრეობა არის ადამიანის არსებობის და მისი სამყაროსადმი შემოქმედებითი დამოკიდებულების გამოხატულება შორეულ თუ უახლოეს წარსულსა და აწმყოში. ის გვამცნობს ქვეყნისა და მისი ხალხის ტრადიციების, რწმენა-წარმოდგენებისა და მიღწევების შესახებ.

კულტურული მემკვიდრეობა სხვადასხვა ვითარებაში არსებული სხვადასხვა ტიპის ობიექტებისგან შედგება; ამასთან, იგი მოიცავს არა მხოლოდ ცალკეულ მნიშვნელოვან ძეგლებს, ისტორიულ არეალებსა და ბაღ-პარკებს, არამედ ადამიანის მიერ შექმნილ გარემოს, როგორც ერთ მთლიანს. კულტურული მემკვიდრეობის რესურსები, მათი კონტექსტიდან გამომდინარე, შეიძლება ასოცირებულ იქნენ სხვადასხვა ღირებულებებთან.

კულტურული მემკვიდრეობის შემთხვევაში, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ობიექტის კულტურულ ღირებულებებს, თუმცა, ამავდროულად, ეკონომიკური ასპექტებიც არანაკლებ მნიშვნელოვანია.

კულტურული მემკვიდრეობის თვალსაზრისით, ეკონომიკური ღირებულება მოიაზრება, როგორც თავად მემკვიდრეობის ობიექტის მიერ ან მისი კონსერვაციის შედეგად წარმოქმნილი ღირებულება.

მემკვიდრეობის ობიექტის სოციალური ღირებულება ასახავს ადგილობრივ თემში თანამედროვე სოციალურ ურთიერთქმედებას და მნიშვნელოვან როლს თამაშობს სოციალური და კულტურული თვითმყოფადობის ჩამოყალიბების პროცესში.

თანამედროვე სოციალურ-ეკონომიკურმა ღირებულებებმა, მემკვიდრეობის ობიექტზე როგორც დადებითი, ასევე უარყოფითი გავლენა შეიძლება მოახდინოს, გააჩნია ღირებულების ტიპს და იმას, თუ ზოგად შეფასებაში მას რა ადგილს მიუზღენთ. შესაბამისად, სასიცოცხლო მნიშვნელობა ენიჭება იმ ღირებულებების მკაფიო განსაზღვრას, რომლის გამოც უნდა იქნეს შეტანილი მსოფლიო მემკვიდრეობის ნუსხაში ესა თუ ის მემკვიდრეობის ობიექტი¹.

მემკვიდრეობა არის კულტურული მრავალფეროვნებისა და კულტურათა შორის არსებული კავშირების დანახვის საუკეთესო საშუალება. არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ ყველა ხალხის თუ ერის კულტურა საზრდოობდა და თავისი წვლილი შეჰქონდა სხვა ხალხის კულტურაში.

კულტურული მემკვიდრეობის ორი სახეობა არსებობს: **მატერიალური და არამატერიალური**. პირველი, როგორც აღვნიშნეთ, გულისხმობს ფიზიკურად აღქმად, ხელშესახებ მემკვიდრეობას, როგორცაა: ნაგებობა, ქანდაკება, მხატვრობის ნიმუში, ხელნაწერი

¹ ფილდენი ბერნარ მ., იოკილეტო იუკა, მსოფლიო მემკვიდრეობის ღირსშესანიშნავი ადგილების მართვის სახელმძღვანელო პრინციპები, თბილისი, 2007

წიგნი და სხვა. ხოლო მეორე სახეობას - **არამატერიალურ მემკვიდრეობას** მიეკუთვნება საზოგადოების, ცალკეული ჯგუფებისა და ზოგიერთ შემთხვევაში, კერძო პირების მიერ მათი კულტურული მემკვიდრეობის ნაწილად აღიარებული ადათ-წესები, წარმოდგენისა და გამოსახვის ფორმები, ცოდნა და ჩვევები, ასევე მათთან დაკავშირებულ ინსტრუმენტები, საგნები, არტეფაქტები და კულტურული სივრცეები, მაგალითად, მუსიკა, ცეკვა, ლიტერატურა, თეატრი, ენები, ცოდნა, რელიგიური ცერემონიები, ხალხური რეწვის ნიმუშები, ტრადიციული წარმოდგენები და სხვა.

მატერიალური მემკვიდრეობა, თავის მხრივ, შედგება მოძრავი (რომლის გადაადგილებაც შეიძლება ერთი ადგილიდან მეორეზე. მაგ.: საგნები) და უძრავი მემკვიდრეობის ნიმუშებისაგან (რომლის გადაადგილებაც შეუძლებელია თავისი საწყისი ადგილიდან. მაგ.: შენობა-ნაგებობები). **მატერიალური და არამატერიალური მემკვიდრეობა** ერთი მთლიანი კულტურული ფენომენია.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესწავლის, შენარჩუნების, განახლების აუცილებლობა, გლობალური საზოგადოების მწვავე პრობლემას წარმოადგენს. ეს საკითხები განსაკუთრებით აქტუალურია სწრაფად მზარდი -გლობალიზაციის პირობებში და ფაქტიურად კაცობრიობის ისტორიულ-კულტურული მრავალფეროვნებისათვის სერიოზულ საფრთხეს წარმოადგენს: მსოფლიო მემკვიდრეობის საერთაშორისო კონვენცია აცხადებს, რომ "გლობალიზაციის და სოციალური ტრანსფორმაციის პროცესები, ქმნიან რა საზოგადოებებს შორის დიალოგის განახლების პირობებს, ამავდროულად წარმოადგენენ, შეუწყნარებლობის ფენომენებს, დეგრადაციის, გაუჩინარების და განადგურების საშიშროებას, რომელიც შეეხო არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობას, ნაწილობრივ ასეთი მემკვიდრეობის დაცვის რესურსების ნაკლებობის შედეგად".

თანამედროვე მსოფლიოში ახალი მიდგომები ეფუძნება გლობალიზაციის და რეგიონალიზაციის, როგორც ერთი მთლიანი პროცესის ერთობლივ განხილვას, მიუხედავად იმისა, რომ მათი მიზნები განსხვავებულია. დევიზით **გლოკალიზაცია (glocalization)** შეიძლება გამოიხატოს "ფიქრი გლობალურად, მაგრამ მოქმედება ლოკალურად". ამ კონტექსტში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია რეგიონული გამოცდილების ანალიზი.

კვლევის აქტუალურობა მდგომარეობს იმაში, რომ ამჟამად საქართველოში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა სისტემურად შესწავლილი არ არის. მიუხედავად იმისა, რომ საქართველოს არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობას დიდი პოტენციალი აქვს გახდეს არა მხოლოდ შიგა კულტურული ტურიზმის განვითარების საფუძველი, იგი სრულად არ გამოიყენება ინოვაციური ტურისტული პროდუქტის შესაქმნელად.

ყურადღებამისაქცევია ისიც, რომ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმში გამოყენების, ისევე როგორც მთლიანად კულტურული ტურიზმის მართვის საკითხები სხვადასხვა სამინისტროს (უპირველესად კი ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარებისა და კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროების) გამგებლობაშია და ამ ნაწილში აუცილებელია მათი საქმიანობის კოორდინაცია როგორც მუნიციპალურ, ისე რეგიონულ და ცენტრალურ ანუ მთავრობის დონეზე, რაც ჯეროვნად, დღემდე ვერ ხერხდება.

კვლევის მეცნიერული სიახლე მდგომარეობს იმაში, რომ ჯერ კიდევ არ არის გამოკვლეული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის როლი საქართველოს ტურისტული ინდუსტრიის განვითარებაში, ამასთან, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კულტურულ ტურიზმში გამოყენების მართვის საკითხები ჩვენს მიერ მიერ პირველად იქნა შესწავლილი. კულტურული მემკვიდრეობის მართვის პრობლემის, განსაკუთრებით კი მისი დეცენტრალიზაციის აუცილებლობის შესახებ ცალკეულ სამთავრობო დოკუმენტებში წინათაც იყო მინიშნებული, მაგრამ ჩვენი აზრით აუცილებელია არამატერიალურ მემკვიდრეობაზე ყურადღების უფრო მეტად გამახვილება და მისი მნიშვნელობის მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის რანგში განხილვა. ჩვენი აზრით, სრულყოფას საჭიროებს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის საკანონმდებლო ბაზა, ყურადღება უნდა გამახვილდეს მისი დაცვა-პოპულარიზაციის ეფექტიანი რეგულირების საკითხებზე.

მოცემული ნაშრომის მიზანს წარმოადგენს საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურისტული პოტენციალის გამოვლენა და მისი ეფექტიანი მართვის ღონისძიებების შემუშავება. მიზნის შესაბამისად გამოკვეთილია კვლევის შემდეგი ამოცანები:

- 1) "არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის" მნიშვნელობის დადგენა;
- 2) საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმის სფეროში გამოყენების შესაძლებლობებისა და თავისებურებების გამოვლენა;
- 3) საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ავთენტურობის დაცვით მის საფუძველზე ინოვაციური ტურისტული პროდუქტის შექმნა;
- 4) საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმში გამოყენების პროცესის მართვის მექანიზმის ჩამოყალიბება.

კვლევის ობიექტს წარმოადგენს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმში გამოყენება.

კვლევის საგანი არის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმში გამოყენების მართვის თავისებურებები.

კვლევის პრაქტიკული მნიშვნელობა მდგომარეობს წარმოდგენილი დასკვნებისა და რეკომენდაციების, შემუშავებული ტურისტული პროდუქტის გამოყენების შესაძლებლობაში, რაც მიზნად ისახავს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტების ავთენტურობის დაცვასა და ინოვაციური ეროვნული ტურისტული პროდუქტის შექმნას, რომელიც ხელს შეუწყობს საქართველოში კულტურული ტურიზმის განვითარებას. მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კულტურულ ტურიზმში ჩართვის პროცესის ეფექტიანი მართვისათვის აუცილებელია როგორც ცენტრალურ (საქართველოს მთავრობისა და ძირითადად ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების, აგრეთვე კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროების და მათდამი დაქვემდებარებული ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს), ისე რეგიონულ (აჭარისა და აფხაზეთის ა/რ მთავრობებისა და ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს რეგიონული სამსახურების) და მუნიციპალურ (შესაბამისი მუნიციპალური სამსახურების, ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს რეგიონული სამსახურების) დონეებზე აღნიშნული სამინისტროებისა და სამსახურების საქმიანობის სრული კოორდინაცია. მაკოორდინირებელი როლი კი მართვის დონეების მიხედვით საქართველოს მთავრობამ, აჭარისა და აფხაზეთის ა/რ მთავრობებმა და ადგილობრივმა მუნიციპალიტეტებმა (გამგეობა/მერია) უნდა იკისრონ. სადისერტაციო ნაშრომში დასაბუთებულია, ამ მიმართებით მუნიციპალიტეტების (გამგეობა/მერია) როლის გაძლიერების აუცილებლობა.

კვლევის თეორიული და მეთოდოლოგიური საფუძვლებია კულტურული მემკვიდრეობის დაცვისა და კულტურული ტურიზმის განვითარების, ტურიზმში კულტურული მემკვიდრეობის გამოყენების მართვის საერთაშორისო გამოცდილება, შესაბამისი საერთაშორისო ორგანიზაციების მიერ (მაგ. UNESCO, UNWTO და სხვ.) შემუშავებული მეთოდოლოგიური და მეთოდური მასალები (კონვენციები, რეკომენდაციები, კვლევები), საკვალიფიკაციო თემასთან დაკავშირებული საერთაშორისო ნორმატიული აქტები, საზღვარგარეთის ქვეყნებში მოქმედი კანონები, საქართველოს კანონმდებლობა და კანონქვემდებარე აქტები, ბრძანებები, დებულებები, უცხოელ და ქართველ მკვლევართა ნაშრომები. კვლევის პროცესში ზოგად მეცნიერულ მეთოდებთან (დაკვირვება, შედარება, ანალიზი, სინთეზი) ერთად გამოყენებულ იქნა სტატისტიკური კვლევის მეთოდები, კლასიფიკაციის მეთოდი, სისტემური მიდგომის, ანალოგიების, შედარებითი ანალიზის, განზოგადებისა და სისტემატიზაციის მეთოდები, მართვის ეკონომიკური, სოციალურ-

ფსიქოლოგიური მეთოდები. ჩვენს მიერ ასევე გამოყენებულია სოციოლოგიური კვლევის მეთოდი, სპეციალური კითხვარის საფუძველზე გამოკითხულ იქნა 547 რესპონდენტი.

წაშრომი შედგება შესავლის, სამი თავის, დასკვნის, გამოყენებული ლიტერატურის სიისა და დანართისაგან.

პირველ თავში “არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები” მოცემულია “არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის” ცნების განსაზღვრება, არსი და სტრუქტურა.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესწავლის, შენახვისა და გადაცემის თანამედროვე პრაქტიკაზე დაყრდნობით გამოყოფილია რიგი მიმართულებები.

ამავე თავში ასახულია ტურიზმში არამატერიალური კულტურული რესურსების გამოყენების საერთაშორისო გამოცდილება; მოცემულია სხვადასხვა ქვეყნის და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სფეროების ტურიზმში გამოყენების კონკრეტული მაგალითები; განხილულია არამატერიალური კულტურული რესურსების მართვის თავისებურებანი ტურიზმში, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის თვალსაზრისით გამოყოფილია შემდეგი დონეები: **საერთაშორისო, ეროვნული, რეგიონული (პროვინციების) და მუნიციპალური**; სხვადასხვა ქვეყნის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის პროცესში უმაღლესი დონის ხელისუფლების წარმომადგენლებთან ერთად აქტიურად არის ჩაბმული საჯარო, არასამთავრობო, კერძო ორგანიზაციები, კერძო პირები; განსაზღვრულია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის მიზნები 2003 წელს გაეროს განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის ორგანიზაციის (UNESCO), გენერალური კონფერენციის 32-ე სესიაზე მიღებულ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის კონვენციის მიხედვით; მოცემულია ტურიზმისა და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ურთიერთქმედება; ჩამოთვლილია ტურიზმის განვითარების მხარდასაჭერად მსოფლიოს მთელ რიგ ქვეყნებში გამოყენებული ადმინისტრაციული და ეკონომიკური მექანიზმები, ასევე ტურიზმისა და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ UNESCO-ს მიერ ჩატარებული კვლევის საფუძველზე განსაზღვრული ამოცანები; მოცემულია ავსტრიასა და შვეიცარიაში არსებული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის მექანიზმი და სტრუქტურები; საერთაშორისო გამოცდილების საფუძველზე დასკვნების სახით ჩამოყალიბებულია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის მთავარი თავისებურებანი ტურიზმში.

მეორე თავში „საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმში გამოყენების ანალიზი“ განხილულია ქვეყნის არამატერიალური კულტურული

მემკვიდრეობის სფეროები, მისი სამართლებრივი რეგულირება; ჩამოთვლილია საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტები, რომლებსაც მინიჭებული აქვთ ძეგლის სტატუსი და ამ სტატუსის მინიჭების წესი. ნაჩვენებია კულტურული ტურიზმისა და ტრადიციული რეწვის განვითარების ხელშეწყობის კონკრეტული მაგალითები. აქვე მოცემულია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ ჩვენ მიერ ჩატარებული სოციოლოგიური კვლევის შედეგები; აღნიშნულია ტურისტების ინტერესი ტრადიციული რელიგიური და წარმართული დღესასწაულების მიმართ საქართველოს სხვადასხვა რაიონებში.

დახასიათებულია ტურისტულ პროდუქტში ტუროპერატორების მიერ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გამოყენების მდგომარეობა, ჩამოთვლილია ხარისხიანი ტურისტული პროდუქტის ძირითადი სამომხმარებლო თვისებები; არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სფეროში ტურისტული შეთავაზების შექმნის ეტაპების კვლევის შედეგები, შეფასებულია საქართველოში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის მდგომარეობა და ამ სფეროში არსებული პრობლემები. განხილულია საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს, ადგილობრივი თვითმმართველობების ფუნქციები მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის კუთხით და ა.შ.;

ყურადღება გამახვილებულია საქართველოში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის სფეროში არსებული პრობლემებზე.

მესამე თავში „საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის სრულყოფის მიმართულებები ტურიზმში“ წარმოდგენილია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის სფეროში არსებული პრობლემების გადაწყვეტის გზები; განხილულია თუ როგორ ხდება კონვენციის მიხედვით განსაზღვრული „არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა ეროვნულ დონეზე“; რამდენად არის გადაწყვეტილი კულტურული მემკვიდრეობის (მატერიალურისა და არამატერიალურის) მართვის დეცენტრალიზაციის პრობლემა; როგორ ხორციელდება კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტების სახელმწიფო აღრიცხვა და სააღრიცხვო დოკუმენტაციის შედგენა; როგორია საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის სამსახურების როლი და ა.შ.

ნაშრომში ყურადღება გამახვილებულია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ეფექტიანი მართვის ისეთ მნიშვნელოვან ამოცანებზე, როგორცაა: სახელმწიფო მართვის ყველა დონეზე ფინანსური უზრუნველყოფის პრობლემის გადაწყვეტა, საინფორმაციო ბაზის სრულყოფა, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პოლიტიკის ამოქმედება ყველა დონეზე, გაქრობის პირას მყოფი კულტურული

მემკვიდრეობის რესურსების მოძიება და მათი დაცვა-პოპულარიზაცია, მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობიდან მიღებული სარგებლის ისევე თემებში გამოყენების ეფექტიანი მექანიზმის შემუშავება და ა.შ.

კულტურული მემკვიდრეობის, მათ შორის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის საუკეთესო ნიმუშების კულტურული ტურიზმის პროგრამებში სრულად ჩართვის მიზნით აუცილებელია საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლთა დაცვის ეროვნულ სააგენტოს შესაბამისი სამსახურების საქმიანობის ეფექტიანი კოორდინაცია.

აღნიშნული კოორდინაციის საკითხი შესაძლებელია უშუალოდ ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარებისა და კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროებს შორის შეთანხმების ან პრემიერ-მინისტრის ადმინისტრაციის შესაბამისი ფუნქციებით აღჭურვის საფუძველზე განხორციელდეს. ამასთან, ამ საქმიანობის კოორდინაცია უნდა მოხდეს როგორც მუნიციპალურ, ისე რეგიონულ და ცენტრალურ ანუ მთავრობის დონეზე; მაკოორდინირებელი როლი კი მართვის დონეების მიხედვით საქართველოს მთავრობამ, აჭარისა და აფხაზეთის ა/რ მთავრობებმა და ადგილობრივმა მუნიციპალიტეტებმა (გამგეობა/მერია) უნდა იკისრონ.

გარდა ზემოაღნიშნულისა, ამავე თავში ყურადღება გამახვილებულია ამ მიმართულებით საჯარო სექტორის ტურიზმის სხვა ორგანიზაციების, კერძო სექტორის ტურიზმით დაინტერესებული მხარეების, ტუროპერატორების, გიდების, სატრანსპორტო საშუალებების მქონე ორგანიზაციების, დაინტერესებული არასამთავრობო ორგანიზაციების, ადგილობრივი მოსახლეობის, საგანმანათლებლო დაწესებულებებისა და სხვათა მიერ გასატარებელი ღონისძიებების შესახებ.

სადისერტაციო ნაშრომის დასკვნაში შემოთავაზებულია საქართველოში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობისა და კულტურული ტურიზმის განვითარებისა და ტურიზმში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გამოყენების მართვის ეფექტიანობის ამაღლების მიზნით გასატარებელი ღონისძიებები და რეკომენდაციები.

თავი 1. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის თეორიულ-მეთოდოლოგიური საფუძვლები

1.1. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის არსი და სტრუქტურა

კულტურული მემკვიდრეობა არის ადამიანის არსებობის და მისი სამყაროსადმი შემოქმედებითი დამოკიდებულების გამოხატულება შორეულ თუ უახლოეს წარსულსა და აწმყოში. ის გვამცნობს ქვეყნისა და მისი ხალხის ტრადიციების, რწმენა-წარმოდგენებისა და მიღწევების შესახებ.

ევროპის საბჭოს კონვენციაში საზოგადოებისათვის კულტურული მემკვიდრეობის მნიშვნელობის შესახებ-ე.წ. “ფაროს კონვენციაში“ მოცემულია შემდეგი განმარტება: „**კულტურული მემკვიდრეობა** არის წარსულის დანატოვარი რესურსების ერთობლიობა, რომლებიც ადამიანებს, მათი კუთვნილების მიუხედავად, მიაჩნიათ თავიანთი მუდმივად ცვალებადი ფასეულობების, რწმენის, ცოდნისა და ტრადიციების ასახვად და გამოხატულებად. იგი მოიცავს გარემოს ყველა ასპექტს, რომელიც ადამიანებსა და სივრცეს შორის ურთიერთქმედების შედეგად წარმოიშვა ისტორიული განვითარების პროცესში;“²

მემკვიდრეობითი ერთობლიობა შედგება ადამიანებისაგან, რომლებიც აფასებენ კულტურული მემკვიდრეობის გარკვეულ ასპექტებს, რომელთა შენარჩუნებაც და მომავალი თაობებისათვის გადაცემაც სურთ, თავიანთი საზოგადოებრივი ცხოვრების ფარგლებში.

კულტურული მემკვიდრეობის ცნება არის საზოგადოების, მისი ღირებულებებისა და მოთხოვნების განვითარების შედეგი. წარსულში ძირითადი ყურადღება მიმართული იყო ხელოვნების ნიმუშებისა და უმნიშვნელოვანესი ძეგლებისაკენ.

მსოფლიო ომების მიერ გამოწვეულმა მასობრივმა ნგრევებმა და 1950-იანი წლების შემდგომმა სწრაფმა ინდუსტრიულმა განვითარებამ ადამიანების მიერ მათ საცხოვრებელ და სამუშაო გარემოსთან მჭიდრო ურთიერთკავშირის გაცნობიერება განაპირობა. ის წარმოადგენს ადამიანების კულტურული მეობის საფუძველს, ცხოვრების დაბალანსებული ხარისხის ერთგვარ მენტალურ და სულიერ ათვლის წერტილს.

დღეს კულტურული მემკვიდრეობა აღიქმება მისი უფართოესი გაგებით და მოიცავს ნებისმიერ ნიშანს, რომელიც ასახავს ადამიანის ქმედებებსა და მიღწევებს კაცობრიობის არსებობის განმავლობაში.

² ევროპის საბჭოს კონვენცია საზოგადოებისათვის კულტურული მემკვიდრეობის მნიშვნელობის შესახებ-“ფაროს კონვენცია“, მუხლი 2.

1972 წელს იუნესკოს მიერ მიღებული კონვენციით კულტურული მემკვიდრეობაში იგულისხმება³:

- **ძეგლები:** არქიტექტურის ძეგლები, მონუმენტური ქანდაკებისა და ფერწერის ნიმუშები, არქეოლოგიური ხასიათის ელემენტები, ან სტრუქტურები, წარწერები, მღვიმეები და იმ ჯგუფთა ელემენტები, რომლებსაც გააჩნიათ ისტორიის, ხელოვნებისა და მეცნიერების თვალსაზრისით განსაკუთრებით უნივერსალური ღირებულება;

- **ანსამბლები:** ცალკეული, ან გაერთიანებული საამშენებლო ჯგუფები, არქიტექტურა, ერთიანობა, ან კავშირი ლანდშაფტთან, რომლებსაც გააჩნიათ ისტორიის, ხელოვნებისა და მეცნიერების თვალსაზრისით განსაკუთრებით უნივერსალური ღირებულება;

- **ღირსშესანიშნავი ადგილები:** ადამიანის ხელით შექმნილი, ან ერთობლივად ბუნებისა და ადამიანის ნამოქმედარი, აგრეთვე არქეოლოგიური ზონები, რომლებსაც გააჩნიათ ისტორიის, ესთეტიკის, ეთნოლოგიის, ან ანთროპოლოგიის თვალსაზრისით განსაკუთრებით უნივერსალური ღირებულება;

უაღრესად საინტერესოა ობიექტების ფუნქციონალური კლასიფიკაცია. თუ ვიხელოვანდებით 1972 წლის იუნესკოს კონვენციით და მას მივცემთ ოდნავ განსხვავებულ ინტერპრეტაციას, მაშინ მივიღებთ კლასიფიკაციის ახალ მოდელს, ან ახალ ტიპოლოგიას:

1. შეგვიძლია გამოვყოთ ისტორიული ცენტრები იმ ქალაქებისა, რომლებიც იუნესკოს მიერაა აღიარებული. ევროპაში ამის მაგალითებია: რომი, ფლორენცია, ვენეცია, პრაღა, კრაკოვი, ბუდაპეშტი, სანკტ-პეტერბურგი, დუბროვნიკი, ლუბეკი, ტრირი, ედინბურგი, ტოლედო, სალამანკა; აზიაში: ბუხარა, იერუსალიმი, სანა, კანდი, ლუანგ-ფრაბანგი, კიოტო; აფრიკაში: ალჟირი, ფესი, ტუნისი, თომბუკტუ; ლათინურ ამერიკაში: მექსიკო, კიტო, ლიმა; ჩრდ. ამერიკაში: კვებეკი.

2. ცალკეული უნიკალური არქიტექტურული ობიექტები, რომლებიც შევიდნენ იუნესკოს ნუსხაში და რომელთა დაყოფა შეიძლება რელიგიურ და საზოგადოებრივ ნაგებობებად. პირველ რიგში უნდა დავასახელოთ საქვეყნოდ ცნობილი საკათედრო ტაძრები ევროპაში: ამიენი, შარტრი და რეიმსი – საფრანგეთში, კენტერბერიისა და ვესტმინისტერის სააბათოები ინგლისში, კიოლნის, შპეიერის და აახენის – გერმანიაში, წმინდა პეტრესა და პიუსის – იტალიაში, სანტიაგო-დე-კომპოსტელა – ესპანეთში; ხოლო საზოგადოებრივ ნაგებობებს შორის მოვიხსენიოთ შემდეგი სასახლეები: ვერსალი, ფონტენბლო და შამბორი – საფრანგეთში; სასახლეებით მდიდარია აზია: ტაჯ-მაჰალი, ბორობუდური და სხვ.

³ ფილდენი ბერნარ მ., იოკილეთო იუკა, მსოფლიო მემკვიდრეობის ღირსშესანიშნავი ადგილების მართვის სახელმძღვანელო პრინციპები, თბილისი, 2007, გვ. 34-35.

3. უნიკალური საინჟინრო ნაგებობები – აკვედუკები: პონ-დიუ-გარი – საფრანგეთში; ხიდები: აირონ ბრიჯი – ინგლისში; კომპები: კუტბ-მინარი – ინდოეთში. მათ შეიძლება დაემატოს საინჟინრო-საფორტიფიკაციო ნაგებობები: ადრიანის ხიმიჯი – ინგლისში და ჩინეთის დიდი კედელი.

4. უძველესი საკულტო ნაგებობები: ჰალ-საფლიენი – მალტაში, ინდოეთში სანჩის ბუდისტური ტაძარი და ლათინოამერიკული თეოკალის პირამიდები.

5. პირველყოფილი საზოგადოებისა და ძველი მსოფლიოს უძველესი არქეოლოგიური ძეგლები: ინგლისის სთოუნჰენჯი, ირლანდიის ნიუგრენჯი, ალტამირას გამოქვაბული ესპანეთში, დელფის, ოლიმპიისა და ეპიდავრას ნანგრევები საბერძნეთში, აზიაში – პეტრა- იორდანიაში, პერსეპოლისი – ირანში; აფრიკაში – კართაგენის ნანგრევები – ტუნისში და დიდი ზიმბაბვე – ზიმბაბვეში. ლათინურ ამერიკაში – ჩიჩენიცა მექსიკაში და მაჩუ-პიკჩუ – პერუში.

6. სასახლე-ბაღ-პარკის ტიპის არქიტექტურული ანსამბლები: პოტსდამი (გერმანიის), შიონბრუნი (ავსტრია), ვერსალი (საფრანგეთი).

7. დიდ ადამიანებთან დაკავშირებული მემორიალური ადგილები: მარტინ ლუთერი – გერმანიაში, კონფუცი – ჩინეთში, ჯეფერსონი – ამერიკაში.

კულტურული მემკვიდრეობა სხვადასხვა ვითარებაში არსებული სხვადასხვა ტიპის ობიექტებისგან შედგება; ამასთან, იგი მოიცავს არა მხოლოდ ცალკეულ მნიშვნელოვან ძეგლებს, ისტორიულ არეალებსა და ბაღ-პარკებს, არამედ ადამიანის მიერ შექმნილ გარემოს, როგორც ერთ მთლიანს. კულტურული მემკვიდრეობის რესურსები, მათი კონტექსტიდან გამომდინარე, შეიძლება ასოცირებულ იქნენ სხვადასხვა ღირებულებებთან.

ღირებულება განისაზღვრება, როგორც საზოგადოების მიერ საგნისთვის გარკვეული ფარდობით ხარისხის მიკუთვნება. კულტურული მემკვიდრეობის შემთხვევაში, განსაკუთრებული მნიშვნელობა ენიჭება ობიექტის კულტურულ მნიშვნელობას, თუმცა, ამავდროულად, ვერც ეკონომიკურ ასპექტებს უგულებელვყოფთ. რიგი ღირებულებები უკავშირდება ძეგლის სპეციფიკურ მახასიათებლებს, როგორცაა მხატვრული გადაწყვეტა, მასალა და ხელობა, სხვა ღირებულებები კი შეიძლება უკავშირდებოდეს მის ადგილმდებარეობას და ობიექტის გარემოსთან ურთიერთობის თავისებურებას.

მსოფლიო მემკვიდრეობის ღირსშესანიშნავ ადგილებთან მიმართებაში, მხედველობაში მიღებულ უნდა იქნას როგორც კულტურული, ასევე თანამედროვე სოციალურ-ეკონომიკური ღირებულებები (ამ ღირებულებების არსებობა ან არარსებობა განაპირობებს ისტორიული ობიექტის დაცვასა და კონსერვაციას, ან პირიქით - მის უგულებელყოფას და ნგრევას. მაგალითად, ნაციონალისტური ან პოლიტიკური ღირებულებები ხშირად განაპირობებენ

ობიექტის დაცვას და რესტავრაციას, თუმცა, იმავე ღირებულებებმა შეიძლება იმ ობიექტის განადგურება გამოიწვიოს, რომელიც არ პასუხობს გაბატონებულ პოლიტიკურ წარმოდგენას მნიშვნელოვნების შესახებ).

- **კულტურული ღირებულებები:**

მემკვიდრეობის ობიექტთან ასოცირებული კულტურული ღირებულებები და მათი მიმართება დღევანდელ დამთავალიერებლებთან უცილობლად სუბიექტურია, რადგანაც ისინი დღევანდელი ამსახველ ინტერპრეტაციებზეა დამოკიდებული.

ქვემოთ მოცემული დაჯგუფების მიზანია ღირებულების სხვადასხვა ტიპების იდენტიფიკაცია და კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტთან მათი დამოკიდებულების გარკვევა.

ამასთან, კულტურული ღირებულებები შეიძლება კლასიფიცირებულ იქნენ სხვადასხვა გზებით.

- **თვითმყოფადობა (identity):**

ღირებულებების ეს ჯგუფი ასახავს საზოგადოების ემოციურ კავშირს ამა თუ იმ ობიექტთან თუ ადგილთან. იგი მოიცავს შემდეგ მახასიათებლებს: ასაკი, ტრადიცია, უწყვეტობა, მემორიალურობა, ლეგენდარულობა; გრძნობა, სულიერობა, რელიგიურობა; სიმბოლურობა, პოლიტიკურობა, ეროვნულობა და პატრიოტულობა.

ამ ღირებულებების არ არსებობა ზოგ შემთხვევაში ობიექტის უგულვებელყოფას და განადგურებას იწვევს. მათი პოპულარიზაცია სწავლებით და განათლების მეშვეობით შეიძლება.

- **შედარებითი მხატვრული ან ტექნიკური ღირებულება (დაფუძნებულია კვლევაზე):**

ეს ჯგუფი დაფუძნებულია მემკვიდრეობის ობიექტის მხატვრული გადაწყვეტის, მისი ტექნიკური, კონსტრუქციული და ფუნქციური მახასიათებლების და ხელობის მნიშვნელოვანების მეცნიერულ და კრიტიკულ-ისტორიულ შეფასებაზე.

აღნიშნული ღირებულებები პროფესიული კვლევის შედეგია, რომლის მიზანია ობიექტის ფარდობითი მნიშვნელოვანების გამოვლენა მის თანადროულ პერიოდთან, სხვა პერიოდებთან და თანამედროვეობასთან კავშირში.

- **იშვიათობა**

ღირებულებების ეს ჯგუფი ასახავს ობიექტის მიმართებას იმავე პერიოდის, ტიპის, სტილის, მშენებლის, რეგიონის მქონე სხვა ნაგებობებთან, რაც განსაზღვრავს ობიექტის იშვიათობას ან უნიკალურობას.

იშვიათობის მაღალ ხარისხს შეუძლია გაზარდოს განსაკუთრებული, ზოგადსაკაცობრიო ღირებულების მქონე მახასიათებლების მნიშვნელობა და შესაბამისად ობიექტის მსოფლიო მემკვიდრეობის ნუსხაში შეტანის შესაძლებლობაც.

- **თანამედროვე სოციალურ-ეკონომიკური ღირებულებები**

გამოყენებითი ღირებულებები დაკავშირებულია დღევანდელ საზოგადოებასთან და მის სოციალურ-ეკონომიკურ და პოლიტიკურ ინფრასტრუქტურასთან. სოციალურ-ეკონომიკური ღირებულებები იყოფა შემდეგ კატეგორიებად:

- **ეკონომიკური ღირებულება**

რადგანაც ეკონომიკა ხელს უწყობს რესურსების საუკეთესო გადანაწილებას საჭიროებების ფართო სპექტრის მიხედვით, ეკონომიკური ღირებულება არ შეიძლება გაიგივებულ იქნას ფინანსურ ღირებულებასთან. კულტურული მემკვიდრეობის თვალსაზრისით, ეკონომიკური ღირებულება მოიაზრება, როგორც თავად მემკვიდრეობის ობიექტის მიერ ან მისი კონსერვაციის შედეგად წარმოქმნილი ღირებულება.

ეკონომიკურ ღირებულებას მოგების ოთხი პოტენციური წყარო აქვს. ესენია: **ტურიზმი, კომერცია, გამოყენება და კეთილმოწყობა**. ნებისმიერი მათგანის არასწორი მართვა იწვევს მემკვიდრეობის ობიექტის არასასურველ განვითარებას ან სრულ განადგურებას. ასეთი რამ შეიძლება მოხდეს, როცა ორიენტაცია მიმართულია აბსოლუტურ მოგებაზე, დანახარჯებისა და მოგების სწორი ბალანსის შემუშავების ნაცვლად.

- **ფუნქციური ღირებულება:**

ფუნქციური ღირებულება დაკავშირებულია ეკონომიკურთან, რადგანაც იგი გულისხმობს შენობის ან არეალის თავდაპირველი ფუნქციის უწყვეტობას ან მათთვის ახალი, თავსებადი ფუნქციის მინიჭებას. ნანგრევებად ქცეული ობიექტის თავდაპირველი ფუნქციური ღირებულება დაკარგულია, მაგრამ მან შესაძლებელია შეიძინოს ახალი ფუნქცია, რაც მოემსახურება ობიექტის ინტერპრეტაციის პროგრამის მოთხოვნებს ან, მაგალითად, სახვითი და სასცენო ხელოვნების საჭიროებებს.

ტრადიციული ფუნქციების უწყვეტობა უზრუნველყოფს ძეგლის არსის იმგვარ აღქმას, როგორც ვერასოდეს მიიღწევა შემეცნებითი გამოფენებით. შესაბამისი გამოყენება ასევე აადვილებს კონსერვაციას. შეუსაბამო, არასწორი ადაპტაცია კი ხშირად იწვევს ძეგლის დეგრადაციას, არასასურველ ცვლილებებს ან დანგრევას.

- **შემეცნებითი ღირებულება:**

მემკვიდრეობის ობიექტის შემეცნებითი ღირებულება მოიცავს მის პოტენციალს კულტურული ტურიზმის განვითარების თვალსაზრისით და ასევე კულტურისა და ისტორიის

გაცნობიერებას, რასაც ხელს უწყობს, როგორც ისტორიული ობიექტების დღევანდელ ცხოვრებაში ჩართვის საშუალებას.

მსოფლიო მემკვიდრეობის ღირსშესანიშნავი ადგილების სწორად ჩართვა სასწავლო პროგრამებში არსებითია. თუმცა ტურიზმზე აქცენტის გაკეთება, ხშირად იწვევს ძველის თავდაპირველი ქსოვილის გაუმართლებელ რეკონსტრუქციას ან დანგრევას და არაგანახლებადი არქეოლოგიური მტკიცებულებების განადგურებას.

- **სოციალური ღირებულება:**

მემკვიდრეობის ობიექტის სოციალური ღირებულება დაკავშირებულია ტრადიციულ სოციალურ საქმიანობებთან და თავსებად დღევანდელ გამოყენებასთან. სოციალური ღირებულება ასახავს ადგილობრივ თემში თანამედროვე სოციალურ ურთიერთქმედებას და მნიშვნელოვან როლს თამაშობს სოციალური და კულტურული თვითმყოფადობის ჩამოყალიბების პროცესში.

- **პოლიტიკური ღირებულება:**

პოლიტიკური ღირებულება ხშირად დაკავშირებულია მემკვიდრეობის ობიექტის ისტორიის ამა თუ იმ, რეგიონისა ან ქვეყნისათვის საყურადღებო მოვლენასთან. ეს მოვლენები განსაზღვრავენ ობიექტის დღევანდელ მნიშვნელობას იმდენად, რამდენადაც ეს შეესაბამება თანამედროვე პოლიტიკურ პრიორიტეტებს.

ღირებულებების ზემოაღნიშნული დაჯგუფება ინდიკატორულია და შეიძლება შეჯერდეს მემკვიდრეობის ობიექტების ეროვნულ და ადგილობრივ ღირებულებებთან. ეს ჯგუფები წარმოადგენს სასარგებლო ჩარჩოს უფრო დეტალური შეფასების პროცესისათვის.

ამ ღირებულებათაგან მრავალმა, განსაკუთრებით თანამედროვე სოციალურ-ეკონომიკურმა ღირებულებებმა, მემკვიდრეობის ობიექტზე როგორც დადებითი, ასევე უარყოფითი გავლენა შეიძლება მოახდინოს, გააჩნია ღირებულების ტიპს და იმას, თუ ზოგად შეფასებაში მას რა ადგილს მივუჩენთ. შესაბამისად, სასიცოცხლო მნიშვნელობა ენიჭება იმ ღირებულებების მკაფიო განსაზღვრას, რომლის გამოც უნდა იქნეს შეტანილი მსოფლიო მემკვიდრეობის ნუსხაში ესა თუ ის მემკვიდრეობის ობიექტი⁴.

კულტურული მემკვიდრეობის ცნებამ ბოლო ათწლეულების განმავლობაში ცვლილებები განიცადა. თუკი თავდაპირველად ის მხოლოდ ისტორიული და მხატვრული ღირებულების მქონე შედეგებს გულისხმობდა ახლა, უფრო ფართო გაგებით გამოიყენება და მოიცავს ყველაფერს, რასაც ხალხი განსაკუთრებულ მნიშვნელობას ანიჭებს.

⁴ ფილდენი ბ.მ., იოკილეტო ი. მსოფლიო მემკვიდრეობის ღირსშესანიშნავი ადგილების მართვის სახელმძღვანელო პრინციპები, თბილისი, 2007.

სიტყვა მემკვიდრეობა იხმარება როგორც კულტურული, ისე ბუნებრივი მემკვიდრეობის აღსანიშნავად. თუკი ჩვენ გვსურს მსოფლიოში არსებული კულტურული მრავალფეროვნების სრულად აღქმა, მაშინ კულტურა ბუნებისაგან არ უნდა განვაცალკეოთ და კულტურული და ბუნებრივი მემკვიდრეობა ერთმანეთთან მჭიდრო ურთიერთკავშირში უნდა განვიხილოთ. ადამიანმა შეცვალა გარემო, გარემომ კი გავლენა იქონია ადამიანის შემოქმედებაზე.

მემკვიდრეობის ძეგლები შეიძლება დავყოთ კულტურულ და ბუნებრივ მემკვიდრეობად, მაგრამ ზოგი ძეგლი აერთიანებს ორივეს და განეკუთვნება ახალ კატეგორიას - „შერეული მემკვიდრეობა“⁵.

ხშირად კულტურული მემკვიდრეობის ნიმუში აერთიანებს ორ ან მეტ კატეგორიას:

- არქიტექტურული ნაგებობები და ძეგლები;
- ისტორიული ცენტრები;
- ნაგებობათა ჯგუფები;
- მუზეუმები;
- არქივები;
- ბიბლიოთეკები;
- არქეოლოგიური ძეგლები;
- კლდეში ნაკვეთი საცხოვრებლები;
- კულტურული ლანდშაფტები;
- ისტორიული პარკები და ბაღები;
- ზოოლოგიური და ბოტანიკური ბაღები;
- ინდუსტრიული არქეოლოგია;
- ბუნებრივ მემკვიდრეობას განეკუთვნება:
- თვითნაბადი სილამაზის ლანდშაფტები;
- მეცნიერული ან ესთეტიკური ღირებულების გეოლოგიური და ფიზიკური ფორმაციები;
- ტერიტორიები, რომელიც მოიცავს გადაშენების საფრთხის ქვეშ მყოფი ცხოველებისა და მცენარეების სამყოფელს, მაგალითად, ბუნებრივი საზღვაო პარკები;
- მღვიმეები.

ადამიანების მოვალეობაა, გაუფრთხილდნენ საკუთარ კულტურულ მემკვიდრეობას, რადგან:

⁵ მსოფლიო მემკვიდრეობის კონვენცია, გვ.73.

- **ის ადამიანების ცხოვრებისათვის მნიშვნელოვანი ღირებულებების** (ისტორიული, მხატვრული, ესთეტიკური, პოლიტიკური, რელიგიური, სოციალური, მეცნიერული და სხვ.) **მატარებელია.**

არქეოლოგიური ძეგლები და მუზეუმები მოგვითხრობს იმის შესახებ, თუ როგორ ცხოვრობდნენ ადამიანები წარსულში, ისინი ატარებენ ისტორიულ მემკვიდრეობას. ჰიროსიმის გენბაკუს გუმბათი (იაპონია) წარმოადგენს ატომური აფეთქების ტრაგიკული შედეგების თვალსაჩინო მაგალითს და, ამავე დროს, იგი ომის საწინააღმდეგო გაფრთხილებაა მომავალი თაობებისათვის. ეკლესიების, მეჩეთების თუ სხვა ტაძრების მნიშვნელობა მხოლოდ რელიგიური ფასეულობებით არ განისაზღვრება, ფასდება ასევე მათი მხატვრული და არქიტექტურული ღირებულებები. მაგალითად, მცხეთისთვის მნიშვნელოვანია არა მარტო ეკლესიები და მდიდარი არქეოლოგია, არამედ - კულტურული ლანდშაფტი, რომელიც მოიცავს მატერიალურ და არამატერიალურ მემკვიდრეობას. ყოველი სახის მემკვიდრეობა, შესაძლოა, ერთზე მეტი გზავნილისა ან ღირებულების მატარებელი იყოს, რაც იმ სოციალურ და ეკონომიკურ კონტექსტზეა დამოკიდებული, რომელშიც ჩაისახა და განვითარდა იგი. მემკვიდრეობის აღქმამ და შეფასებამ დროთა განმავლობაში შესაძლებელია განიცადოს ცვლილება.

- **ის წარმოადგენს სოციალური ჯგუფის თვითმყოფადობას.**

ხალხი საკუთარ **იდენტობას/თვითმყოფადობას** ინარჩუნებს კულტურული მემკვიდრეობის მეშვეობით, იქნება ეს მატერიალური თუ არამატერიალური მემკვიდრეობა. ხშირად ესა თუ ის ქვეყანა გაიგივებულია მის რომელიმე ძეგლთან თუ ღირსშესანიშნაობასთან. მაგალითად, იტალია - პიზის კოშკთან, ვენეციასთან ან ფლორენციასთან; ეგვიპტე - პირამიდებთან; ინდოეთი-ტაჯ-მაჰალთან; გაერთიანებული სამეფო-შექსპირთან, თურქეთი-სტამბულთან, საქართველო კი სვეტიცხოველთან, ღვინოსთან და ფიროსმანთან.

ზოგჯერ განზრახ ხდება იერიშის მიტანა ქვეყნის იდენტობის განმსაზღვრელ კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლსა თუ ღირსშესანიშნავ ადგილზე, მათი, როგორც ეროვნული სიმბოლოების განადგურების მიზნით. ასე მოხდა საომარი მოქმედებების დროს ყოფილ იუგოსლავიაში.

- **ის წარმოადგენს ხალხთა მრავალფეროვნების შემეცნების, მშვიდობისა და ურთიერთგაგების განვითარების საშუალებას.**

მემკვიდრეობა არის კულტურული მრავალფეროვნებისა და კულტურათა შორის არსებული კავშირების დანახვის საუკეთესო საშუალება. არ უნდა დაგვავიწყდეს, რომ ყველა ხალხის თუ ერის კულტურა საზრდოობდა და თავისი წვლილი შეჰქონდა სხვა ხალხის კულტურაში.

- **ის არის ეკონომიკური განვითარების საშუალება.**

მე-19 საუკუნიდან მოყოლებული მოგზაურებს ყველაზე მეტად იზიდავდა კულტურული მემკვიდრეობა. მემკვიდრეობის ტურიზმი საგრძნობლად გაიზარდა ბოლო პერიოდში და ბევრი ქვეყნისათვის მნიშვნელოვან ეკონომიკურ რესურსად იქცა. სწორად ორგანიზებული **მემკვიდრეობის ტურიზმი** ქმნის სამუშაო ადგილებს, იზიდავს უცხოურ კაპიტალს, აუმჯობესებს ადგილობრივ ინფრასტრუქტურას და ხელს უწყობს ურთიერთგაგებას. ამის საწინააღმდეგოდ კი, უკონტროლო მასობრივ ტურიზმს შეუძლია უარყოფითი ეფექტი იქონიოს ადგილობრივ მოსახლეობაზე.

- **ის არის უნიკალური და შეუცვლელი.**

კულტურული ფასეულობის განადგურება შეუვსებელი დანაკარგია მთელი კაცობრიობისათვის. განადგურებული საგანძურის განმეორება ან აღდგენა შეუძლებელია.

კულტურული მემკვიდრეობის ორი სახეობა არსებობს: **მატერიალური და არამატერიალური**. პირველი, როგორც აღვნიშნეთ, გულისხმობს ფიზიკურად აღქმად, ხელშესახებ მემკვიდრეობას, როგორცაა: ნაგებობა, ქანდაკება, მხატვრობის ნიმუში, ხელნაწერი წიგნი და სხვა. ხოლო მეორე სახეობას - არამატერიალურ მემკვიდრეობას მიეკუთვნება საზოგადოების, ცალკეული ჯგუფებისა და ზოგიერთ შემთხვევაში, კერძო პირების მიერ მათი კულტურული მემკვიდრეობის ნაწილად აღიარებული ადათ-წესები, წარმოდგენისა და გამოსახვის ფორმები, ცოდნა და ჩვევები, ასევე მათთან დაკავშირებულ ინსტრუმენტები, საგნები, არტეფაქტები და კულტურული სივრცეები, მაგალითად, მუსიკა, ცეკვა, ლიტერატურა, თეატრი, ენები, ცოდნა, რელიგიური ცერემონიები, ტრადიციული წარმოდგენები და სხვა.

მატერიალური მემკვიდრეობა, თავის მხრივ, შედგება მოძრავი (რომლის გადაადგილებაც შეიძლება ერთი ადგილიდან მეორეზე. მაგ.: საგნები) და უძრავი მემკვიდრეობის ნიმუშებისაგან (რომლის გადაადგილებაც შეუძლებელია თავისი საწყისი ადგილიდან. მაგ.: შენობა-ნაგებობები). **მატერიალური და არამატერიალური მემკვიდრეობა** ერთი მთლიანი კულტურული ფენომენია.

კულტურული მემკვიდრეობა თავისი მატერიალური თუ არამატერიალური კომპონენტებით უნდა დაუკავშირდეს იმ საზოგადოების კულტურულ ღირებულებებს, რომელმაც შექმნა ის.

საქართველოს კანონში „კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ“ კულტურული მემკვიდრეობა განმარტებულია, როგორც

„ა) **მატერიალური** – ადამიანის მიერ ან ადამიანის ბუნებაზე ზემოქმედების შედეგად შექმნილი ნებისმიერი სახის მხატვრული, ესთეტიკური, ისტორიული, მემორიალური

⁶ საქართველოს კანონი კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ, მუხლი 3.

ღირებულების მქონე არქიტექტურული, ხელოვნების, ქალაქთმშენებლობითი, სასოფლო, არქეოლოგიური, ანთროპოლოგიური, ეთნოგრაფიული, მონუმენტური, ტექნიკის განვითარებასთან დაკავშირებული უძრავი ან მოძრავი ობიექტები, დოკუმენტური მასალები, ასევე ბაღები, პარკები, ლანდშაფტური არქიტექტურის ობიექტები, ისტორიული დასახლებები, ისტორიულად ჩამოყალიბებული გარემო, დაკავშირებული ქვეყნის ისტორიასთან, განვითარებასთან, ფოლკლორთან, რწმენასა და ტრადიციებთან, ადრე ან ამჟამად არსებულ ცივილიზაციასთან;

ბ) არამატერიალური– ზეპირსიტყვიერების ტრადიციები და გამოხატვის ფორმები, ენის, როგორც მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მატარებლის, ჩათვლით, სამემსრულებლო ხელოვნება, ადათ-წესები, ჩვეულებები, ტრადიციულ ხელოვნებასთან დაკავშირებული ცოდნა და უნარ-ჩვევები, ასევე მათთან დაკავშირებული ინსტრუმენტები, საგნები, არტეფაქტები და კულტურული სივრცეები, რომლებიც საზოგადოების, ჯგუფებისა და, ზოგიერთ შემთხვევაში, ცალკეული პირების მიერ აღიარებულია მათი კულტურული მემკვიდრეობის ნაწილად;

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესწავლის, შენარჩუნების, განახლების აუცილებლობა, გლობალური საზოგადოების მწვავე პრობლემას წარმოადგენს. ეს საკითხები განსაკუთრებით აქტუალურია სწრაფად მზარდი –გლობალიზაციის პირობებში და ფაქტიურად კაცობრიობის ისტორიულ–კულტურული მრავალფეროვნებისათვის სერიოზულ საფრთხეს წარმოადგენს: საერთაშორისო კონვენცია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის შესახებ აცხადებს, რომ "გლობალიზაციისა და სოციალური ტრანსფორმაციის პროცესები, რომლებიც ქმნის თანამეგობრობათა შორის დიალოგის განახლების პირობებს, ისევე როგორც შეუწყნარებლობა, დეგრადაციის, გაქრობისა და რღვევის სერიოზულ საფრთხეს უქმნის არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობას, განსაკუთრებით ამგვარი მემკვიდრეობის დაცვის საშუალებათა ნაკლებობის გამო".⁷

ამ პრობლემებზე არაპირდაპირ პასუხად შეიძლება აღინიშნოს, გლობალიზაციის პროცესების თვალსაჩინო ზრდა. ეს ახალი მიდგომები ეფუძნება გლობალიზაციის და რეგიონალიზაციის, როგორც ერთი მთლიანი პროცესის ერთობლივ განხილვას, მიუხედავად იმისა, რომ მათი მიზნები განსხვავებულია. დევიზით **გლოკალიზაცია(glocalization)**⁸ შეიძლება გამოიხატოს "ფიქრი გლობალურად, მაგრამ მოქმედება ლოკალურად". ამ კონტექსტში განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია რეგიონული გამოცდილების ანალიზი.

⁷ საერთაშორისო კონვენცია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის შესახებ, პარიზი, 2003 წ. 17 ოქტომბერი.

⁸ http://artefact.mi2.hr/ a04/lang_en/theory_robertson_en.htm- უკანასკნელად გადამოწმებულია 12.12.2015წ.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის განვითარება გულისხმობს რთული პროცესს, რომელიც მოიცავს მიზანმიმართულ ინსტიტუციონალურ კულტურულ ღონისძიებებს (მუზეუმებში, თეატრში, კინოში, მუსიკაში, ლიტერატურაში და ა.შ.), და ბუნებრივ არაინსტიტუციონალურ ცხოვრებისეულ მოვლენებს, რომლებიც დაკავშირებულია ყოველდღიურ კულტურასთან და ადამიანთა საზოგადოებებთან.

ვემყარებით რა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესწავლის, შენახვისა და გადაცემის თანამედროვე პრაქტიკას, შეიძლება გამოვეყნოთ შემდეგი მიმართულებები:

1. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კვლევა მის მატარებლებს შორის;
2. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სხვადასხვა გზებით დაფიქსირება;
3. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესწავლა არტეფაქტებსა და წერილობით წყაროებზე დაყრდნობით;
4. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ინტერპრეტაცია ლიტერატურასა და ხელოვნებაში;
5. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სამუზეუმო ექსპონატების სახით გადაცემას;
6. რევალორიზაცია(revalorisation) ანუ მემკვიდრეობითი ობიექტისათვის მისი დაკარგული ფასეულობების დაბრუნება;
7. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის რევიტალიზაცია (revitalisation) ანუ მისი უნარის აღდგენა შემდგომ ფუნქციონირება და რეპროდუცირება;
8. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის განახლება თეატრალიზაციის მეშვეობით;
9. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის განახლება როლური თამაშების მეშვეობით;
10. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის განახლება მისი ჩართვით ყოფით/ყოველდღიურ კულტურაში;
11. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის განახლება ტურიზმისა და რეკრეაციის განვითარების მიზნით;

კულტურული მემკვიდრეობის განახლების/რევიტალიზაციის არსი (რომელშიც იგულისხმება "წარსული–მომავალი"-ს ურთიერთობები,) მდგომარეობს კულტურათა დიალოგის აქტუალიზაციის პროცესის განხილვაში. თითოეული კულტურა სხვა კულტურასთან კონტაქტში გამოყოფს "საკუთარს" და, პირიქით, უარყოფს უცხოს.

განახლების პრობლემის სირთულე მდგომარეობს იმაში, რომ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მნიშვნელოვანი ნაწილი არსებობს არა პროფესიული

კულტურის ფარგლებში, რომელსაც გააჩნია საკუთარი ინსტიტუტები და მისი დაცვის, შესწავლისა და მომავალ თაობებზე გადაცემის ტრადიციები, არამედ ყოველდღიურ/ყოფით კულტურაში, ანუ არაინსტიტუციონალურად, მემკვიდრეობა თაობიდან თაობას გადაეცემა სხვადასხვა ფორმით. მაგალითად შეგვიძლია დავასახელოთ, ფოლკლორში ტექსტების ნაკლებობა, ზეპირი ფორმით გადაცემასთან დაკავშირებული პრობლემები, ასევე, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის უწყვეტი განვითარება, რომელზეც აისახება ცხოვრებისეული ცვლილებები; მაგალითად, ფოლკლორი ფართო გაგებით არის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ერთ-ერთი ნაწილი, რომელიც შეთვისებულია თითოეულ თაობაში, გარდაიქმნება ცხოვრების ცვალებადი პირობების შესაბამისად და გადაეცემა მომდევნო თაობებს, როგორც კულტურული მემკვიდრეობის ნაწილი, რომელიც უზრუნველყოფს შესაბამისი საზოგადოების იდენტურობის დაცვას.

გარდა ამისა, ყოველ რეგიონში საზოგადოებრივი ცხოვრების თითოეულ პერიოდში მისი მოსახლეობა ქმნის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის განსხვავებულ ვარიანტს, რომელიც მუდმივ ურთიერთობაშია სხვა კულტურულ ფენომენებთან. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის განახლება, ჩვენი აზრით, უნდა ეფუძნებოდეს თანამედროვე ადამიანის წარსულისადმი დიდ ინტერესს.

სამეცნიერო საქმიანობა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ ინფორმაციის წყაროებზე დამოკიდებულების მიხედვით შეიძლება იყოს შემდეგნაირად წარმოდგენილი: როცა მკვლევარს საქმე აქვს "ცოცხალ" არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობასთან, სადაც არსებობენ მისი მატარებლები და ამ მემკვიდრეობის თაობიდან თაობაზე პირდაპირი გადაცემის მექანიზმები. ამ პროცესს იკვლევენ ეთნოგრაფები და ფოლკლორისტები, რომლებიც შეისწავლიან ეთნიკური ჯგუფების ტრადიციულ კულტურას მათი ბუნებრივი არსებობის პირობებში. ამ დროს ხდება ამ მემკვიდრეობის დაფიქსირება ისეთი ხელმისაწვდომი საშუალებებით, როგორიცაა: ტექსტური ჩანაწერი, ფირზე ჩანაწერები, ესკიზები, ფოტო, კინო და ვიდეოგადაღებები და ა.შ. მაგალითად, შეგვიძლია დავასახელოთ ცნობილი ქართველი ეთნოგრაფების ჩანაწერები.

კულტურული მემკვიდრეობის ინტერპრეტაცია ყოველთვის იწვევს მწვავე დებატებს ისეთ თემებზე, როგორიცაა: "ნამდვილი-სტილიზებული", "ხალხური- პროფესიონალური", "ავთენტური-შექმნილი" და ა.შ.

ლიტერატურამ, თეატრმა, მუსიკამ, კინომ, ვიზუალურმა ხელოვნებამ შექმნა წინა ეპოქის არამატერიალური კულტურის სხვადასხვა დროის ინტერპრეტაციის უზარმაზარი მარაგი, რაც ერთად კაცობრიობის კოლექტიური კულტურული მემკვიდრეობის აუცილებელ კომპონენტს წარმოადგენს.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის აქტუალიზაციის პრობლემის ტრადიციული კულტურული დაწესებულებებით განხილვას აუცილებლად მივყავართ თანამედროვე კულტურის განვითარების შესახებ ინოვაციური და ტრადიციული მოსაზრებების საკმაოდ მკვეთრ დაპირისპირებამდე. რეალურ ცხოვრებაში გარდაუვალი და საკმაოდ ინტენსიურია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ფორმირების ბუნებრივი პროცესები: თანამედროვე ენის, ქცევის სტანდარტების, მრავალფეროვანი სუბკულტურული მოვლენების ტრანსფორმაცია. ამ ყველაფერს ადგილი აქვს მასობრივი მედია საშუალებების, მობილური კავშირგაბმულობის, გლობალური საინფორმაციო სისტემების, ასევე მასობრივი ტურიზმის სწრაფი განვითარების დროს.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის განახლებისა და გაგებისადმი ადამიანთა საზოგადოების მზარდი ყურადღებისას, უნდა აღვნიშნოთ, რომ საუბარია არა მხოლოდ კულტურის ისტორიკოსების მიერ ჩატარებულ კვლევებზე, არამედ ძველი ჩვეულებების, რიტუალებისადმი, გასართობი და სადღესასწაულო ტრადიციებისადმი საზოგადოების ფართო ფენების დაინტერესებაზე.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის განახლების პროცესი არ შეიძლება განხილულ იქნეს თანამედროვე საზოგადოების თავისებურებების გათვალისწინების გარეშე, რომელშიც მნიშვნელოვნად იცვლება შემოქმედებისა და აღქმის ფსიქოლოგია, კულტურული მემკვიდრეობის გადაცემის ფორმები. მასიური ცნობიერების ჰეტეროგენულ გაჯერებაში განსაკუთრებულად დიდი როლი უკავია მასმედიას (მედია, ინტერნეტი, მობილური ტელესისტემები, აუდიო, ვიდეო და ბექდვითი მასალების მასობრივი ტირაჟი, რეკლამა, შოუ ბიზნესი და ა.შ.), რომელიც მნიშვნელოვან გავლენას ახდენს თანამედროვე ადამიანის კულტურის ფორმირებაზე.

ჩვენი მიდგომის სპეციფიკა განისაზღვრება, უპირველეს ყოვლისა, იმ გარემოებით, რომ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ყურადღების საგანი, განიხილება არა როგორც მხოლოდ კულტურული გამოცდილება, რომელიც ეკუთვნის წარსულ კულტურულ ეპოქასა და რომელმაც დაკარგა თავისი ცოცხალი მატარებლები. ამასთან ერთად, მასში იგულისხმება აგრეთვე თანამედროვე პირობებში ამ მემკვიდრეობის განახლების, ანუ კულტურული მემკვიდრეობის ღირებული და აზრობრივი ინტერპრეტაციის მოძიების შესაძლებლობები, რომლებიც გადაეცემა სემიოტიკური კონსტრუქციების მეშვეობით. სხვა სიტყვებით, ჩვენ ვსაუბრობთ სიმბოლოებსა და მათ მნიშვნელობაზე წარსულის კულტურული პრაქტიკიდან, რომელიც აღიქმება და მიიღება, თანამედროვე საზოგადოებების მიერ, როგორც საკუთარი ღირებულებები. ამასთან, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა არა მარტო გადაიტანება დროსა და სივრცეში, იგი განიცდის გარდაუვალ ინტერპრეტაციებს, ხელახლა

გააზრებას, გარდაქმნებს, რასაც ისევ და ისევ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კონცეფციის ინტერპრეტაციამდე მივყავართ. არსებითად, მნიშვნელოვნად ვაღიარებთ მხოლოდ იმას, რასაც ჰყავს მისი ცოცხალი მატარებლები ანუ ის კულტურული ფენომენი, რომელიც მათი განახლებით აღიქმება ადამიანთა საზოგადოების მიერ, როგორც ღირებულებათა სისტემის ნაწილი, რომელიც უზრუნველყოფს ამ საზოგადოების/თემის თვითიდენტიფიკაციას.

ნარას ავთენტურობის დოკუმენტში⁹ აღნიშნულია, რომ კულტურებისა და მემკვიდრეობის მრავალფეროვნება წარმოადგენს კაცობრიობის სულიერი და ინტელექტუალური სიმდიდრის შეუცვლელ წყაროს.

არამატერიალური კულტურა ადამიანისგან განყენებულად, შემოქმედის გარეშე არ არსებობს, ამიტომაც მის მატარებლად ითვლება ერი, საზოგადოება, თემი, ადამიანთა ჯგუფი, ცალკეული პიროვნება. არამატერიალური კულტურა მისი მატარებლისათვის წარმოადგენს იდენტობის განმსაზღვრელს.

ამასთან, არამატერიალურ კულტურას რამდენიმე სპეციფიკური მახასიათებელი აქვს. კერძოდ: ის განახლებადია, ზეპირი ფორმით (ოჯახში, თემში, საზოგადოებაში, უშუალოდ პირიდან პირზე) გადაეცემა თაობიდან თაობას, ყოველ ახალ ჯერზე კვლავწარმოებადია და შემოქმედებითია.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის არსიდან გამომდინარე მისი სფეროებია:

- ზეპირი ტრადიციები და გამოხატვის ფორმები (ლეგენდა, იგავი, ზეპირი გადმოცემა, თქმულება და ა.შ.);
- საშემსრულებლო ხელოვნება (სიმღერა, ცეკვა, სახიობა და ა.შ.);
- საზოგადოებრივი პრაქტიკა (თამაშობა, დღეობა, დღესასწაული, კულინარია და ა.შ.);
- გარესამყაროსთან დაკავშირებული გამოცდილება (ხალხური მედიცინა, ბუნების მოვლენებთან დაკავშირებული ადათ-წესები, შინაური ცხოველებისა და ფრინველების, ხილისა თუ ბოსტნეულის ჯიშები და ა.შ.);
- ხელოსნობის დარგები და ტექნიკა (ხალხური რეწვა: თექა, ფარდაგი, მეტალის, თიხის დამუშავება და ა.შ).

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა დაუნჯებელია ხალხში გავრცელებული ადათ-წესების, ჩვეულებების, ზეპირი გადმოცემის, სიმღერის, თამაშობისა და

⁹ Nara Conference on Authenticity/ Conference de Nara sur l'Authenticite, Japan/ 1994, Proceedings/Compte-rendu, UNESCO, ICCROM, ICOMOS, Agency for Cultural Affairs, Japan, 1995, XXI-XXV.

სხვა სახით. ასევე, დოკუმენტირებულია კერძო და სახელმწიფო არქივებში, მუზეუმებში, სამეცნიერო და კვლევით ინსტიტუტებში, სხვა დაწესებულებებში.

თუ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის თაობიდან თაობაზე გადაცემის პროცესი სწორად არის ორგანიზებული, მაშინ იგი გამუდმებით ვითარდება. იგი აყალიბებს იდენტობისა და მემკვიდრეობითობის გრძნობას, ხელს უწყობს კულტურის მრავალფეროვნებასა და ადამიანთა შემოქმედების გაფართოება-განვითარებას.

1.2. ტურიზმში არამატერიალური კულტურული რესურსების გამოყენების

საერთაშორისო გამოცდილება

ყოველი ტურისტული რეგიონი, ქვეყანა, ქალაქი შემოსავლების ზრდისა და ეკონომიკური მოგების მიღების მიზნით ისწრაფვის რაციონალურად გამოიყენოს არსებული ტურისტულ-რეკრეაციული რესურსები. ტურისტული რესურსების ეფექტიანი გამოყენებისა და ტურისტების მზარდი ნაკადების მისაღებად აუცილებელია მათი ცხოვრების წესის, ეროვნული ხასიათის თავისებურებების, ტურისტული ინტერესის ობიექტების ადეკვატურად აღქმის შესაძლებლობის შესწავლა.

ყოველივე აქედან გამომდინარე ტურიზმი მნიშვნელოვან როლს ასრულებს არა მარტო სხვადასხვა რეგიონის და ქვეყნის ისტორიის, ეკონომიკის, ტრადიციების და კულტურის ურთიერთგაზიარებასა და გამდიდრებაში, არამედ ერებს შორის ურთიერთპატივისცემის, დახმარებისა და მეგობრობის ჰუმანური გრძნობების გაღვივებასა და დამკვიდრებაში. ამ მხრივ აღსანიშნავია სხვადასხვა ხალხის კულტურული მემკვიდრეობის გაცნობა და შესწავლა.

კულტურულ ტურიზმს ერთი მიზანი აქვს: „გააცნოს ტურისტს იმ ქვეყნის ეროვნული კულტურა და მისი მახასიათებლები, რომელშიც იგი იმყოფება“—კოიშირა მაცურა—იუნესკოს გენერალური მდივანი¹⁰.

მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის განმარტებით **კულტურული ტურიზმი** - არის ადამიანთა მოგზაურობა, რაც განპირობებულია კულტურული მოტივაციებით, როგორცაა სასწავლო და სამეცნიერო ტურები, ხელოვნებასთან ზიარება, ფესტივალებზე და სხვა კულტურულ ღონისძიებებზე დასწრება, ძეგლებისა და ღირშესანიშნაობების მონახულება, კულტურული ტრადიციების, ფოლკლორის, ხელოვნების გაცნობა, მომლოცველობა და ა.შ. საქართველოს პრეზიდენტის 1998 წლის 7 თებერვლის #49 დადგენილებაში, „საქართველოს ტურიზმისა და კურორტების განვითარების ღონისძიებათა შესახებ“ პირველად იქნა საქართველოში ოფიციალურ დონეზე გამოყენებული ტერმინი „კულტურული ტურიზმი“.

¹⁰ კვარაცხელია ნ. კულტურული ტურიზმი, თბილისი, 2004, გვ. 32.

კულტურული ტურიზმის მნიშვნელობა ხასიათდება რამდენიმე კომპონენტით, გარდა ეკონომიკური და სოციალური სარგებლისა იგი ახდენს ქვეყნის ტურისტულ იდენტიფიცირებას, ხელს უწყობს კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნებას, ადამიანებს შორის ჰარმონიისა და ურთიერთგაგების ჩამოყალიბებას. კულტურულ ტურიზმს ორი ძირითადი ასპექტი განსაზღვრავს:

- კულტურული ტურიზმის ეკონომიკა (ბაზრის შესწავლა, დაგეგმვა, ანალიზი)
- შინაარსობრივი მხარე (შემეცნებითი მოგზაურობებისათვის ფორმების, სახეების, თემატიკის, სამოგზაურო მარშუტების და ექსკურსიების შედგენა).

კულტურულ ტურიზმზე მოთხოვნა-მიწოდება განუხრელად იზრდება, ამიტომ კულტურული ტურიზმი უნდა განვითარდეს, როგორც წარმოების, მოხმარების ასევე სოციალურ სფეროში. ტურისტს აინტერესებს არა მარტო ღირშესანიშნაობები, არამედ ყოველდღიურობა, ქვეყნის სოციალურ-პოლიტიკური მდგომარეობა. ტურისტი ხვდება ადგილობრივ მაცხოვრებლებს, სურს შეიცნოს მათი ცხოვრების წესი, ადგილები, სადაც ახალგაზრდობა ისვენებს, ერთობა და ა.შ.

აუცილებელია გვახსოვდეს, რომ დღევანდელი ტურისტები კარგად ინფორმირებულები არიან. ამას ისინი თანამედროვე ტექნოლოგიების გამოყენებით აღწევენ. მათ არა მარტო გართობა, არამედ ცოდნის შეძენა სურთ. კულტურულ ტურიზმს აღარ უნდა ჰქონდეს “მოსაწყენი” დასვენების რეპუტაცია.

ტურიზმის განვითარება უნდა მოხდეს დარგთაშორისი და გლობალური მიდგომით, საზოგადოებრივ და კერძო სექტორებთან თანამშრომლობით, არასამთავრობო ორგანიზაციების, მეცნიერების, მოქალაქეებისა და ადგილობრივი მოსახლეობის ერთიანი ძალისხმევით.

ცუდად ორგანიზებული ტურიზმი ნეგატიურად ზემოქმედებს გარემოზე. დიალოგის, კულტურული მრავალფეროვნების და მშვიდობისათვის საჭიროა კულტურული ტურიზმის წარმატებული განვითარება. ეს დამოკიდებულია როგორც მთავრობის სურვილსა და მცდელობაზე, ასევე ტურისტების ქცევაზე. ტურისტების პასიური, მომხმარებლური დამოკიდებულება უნდა შეიცვალოს უფრო მეტად პასუხისმგებლური ქცევით, იმის გააზრებით, რომ ისინი არიან იმ ტერიტორიის მემკვიდრეობის და ცხოვრების წესის დამცველები და რომ ეს არის არა მარტო ადგილობრივ მაცხოვრებელთა, არამედ მთელი კაცობრიობის საკუთრება.

კულტურული ტურიზმი სეზონური არ არის, რის გამოც ტურისტთა რაოდენობა არ აღწევს სეზონურ პიკს და შესაბამისად, ეკონომიკური ეფექტიც მთელ წელზე ნაწილდება. კულტურულ ტურიზმს წვლილი შეაქვს შიდა პოტენციალის განვითარებაში. ეს ხელს უწყობს ქვეყნის/რეგიონის/ქალაქის თვითმყოფადობის და შესაბამისად ბაზარზე გაყიდვის უნიკალური

შეთავაზების (USP) გაჩენას, ამასთანავე, ხელს უწყობს ადგილობრივი მოსახლეობის და მეწარმეთა საქმიანობის დაკავშირებას და, შესაბამისად, ახალი საქმიანი კონტაქტების და შესაძლებლობების გაჩენას.

იმისათვის, რომ ჩამომსვლელთა რაოდენობა მაქსიმალურად გაიზარდოს, კულტურული მომსახურება ხშირად მოდიფიცირებულია ტურისტის მოლოდინის გასამართლებლად, მაგრამ, ასეთ შემთხვევებში, ხშირად იკარგება იდენტობა და ყველაფერი მხოლოდ სანახაობას ემსგავსება!

ქვემოთ მოყვანილი მაგალითები ასახავს მთავრობის ქმედებებს არამატერიალური მემკვიდრეობის ხელშესაწყობად, ასევე საჯარო-კერძო და საჯარო-არასამთავრობო ორგანიზაციების საზოგადოების პარტნიორობას **ეროვნულ, პროვინციების(რეგიონების), მუნიციპალურ და საზოგადოების დონეზე**. ასევე აღწერილია საჯარო მმართველობის როლი და კოორდინაცია განსხვავებულ სტადიებზე და თანამშრომლობის სახეები ტურიზმისა და მემკვიდრეობის მართვით დაინტერესებულ მხარეებთან.

ტრანსნაციონალურ პროგრამებს, რომლებიც დაკავშირებულია არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობასთან, შეუძლიათ აშკარა პოზიტიური როლი ითამაშონ მრავალმხრივი თანამშრომლობის გაძლიერებისა და მშვიდობის ხელშეწყობაში. ტურისტული პროდუქტების გადაადგილება ქვეყნების გავლით მოითხოვს ყურადღებით ფასილიტაციას, განსაკუთრებით ისეთი რთული საკითხების მიმართ, როგორებიცაა სავიზო რეჟიმის განსხვავებები ქვეყნებს შორის და სხვადასხვა გეო-პოლიტიკური მოსაზრებები. აბრაამის გზის ინიციატივა¹¹ (აპი) ახლო აღმოსავლეთში, ევროპული ხელოვნების მიმართულებებით, არის ამგვარი ტრანსნაციონალური პროექტის მაგალითი.

ქვემოთ მოყვანილია **ახლო აღმოსავლეთში აბრაამის გზის ინიციატივის** მაგალითი. გზა მოიცავს მოგზაურობის მარშრუტს, რომლის გავლითაც რელიგიურმა პიროვნებამ აბრაამმა (იგივე იბრაჰიმმა) იმოგზაურა თურქეთში, სირიაში, იორდანიაში, ისრაელსა და პალესტინაში. დასასრულს ის უნდა ჩასულიყო ეგვიპტეში, ერაყსა და საუდის არაბეთში.

2009 წელს მოგზაურებისთვის გახსნილი პროექტი 2004-2008 წლებში მომზადდა ჰარვარდის უმაღლესი აკადემიის ინიციატივაზე დაყრდნობით. მასზე დიდი ზეგავლენა მოახდინა ესპანეთში „Camino de Santiago de Compostela“¹²-ს თანამედროვე რევიტალიზაციამ და აგრეთვე ამერიკის შეერთებულ შტატებში აპალაჩების გზის შექმნამ, რომლის ყოველწლიური ბიუჯეტი 2008 წლის ეკონომიკურ კრიზისამდე ერთ მილიონ დოლარს აჭარბებდა. მისი ავტორობა ეკუთვნის სხვადასხვა აღმსარებლობისა და წარმომავლობის 18 განსხვავებულ

¹¹ <http://abrahampath.org/>– უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 07.06.2015.

¹² <http://whc.unesco.org/en/list/669>– უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 07.06.2015.

ქვეყანას. 2007 წელს, მისი როგორც არამომგებიანი არასამთავრობო ორგანიზაციის ოფიციალური დასაწყისიდან, აბრაამის გზის ინიციატივამ გაზარდა თავისი ოფისები ანკარაში, ამსტერდამში, ბეირუთში, ბეთლემში, იერუსალიმში, ოქსფორდში, პარიზსა და სან პაოლოში. მისი პარტნიორები არიან გაერთიანებული ერების ცივილიზაციათა ალიანსი, ჰარვარდის მოლაპარაკებების პროექტი, ინჟინრები საზღვრებს გარეშე, მსოფლიო მემკვიდრეობის ალიანსი, საერთაშორისო გარე საზღვარი, ასევე ბეთლემის(პალესტინა), საბანჩისა(თურქეთი) და ბენ გურიონის უნივერსიტეტები (ისრაელი).

აბრაამის გზის მართვის სათაო ოფისებია ბოულდერში, კოლორადოსა და ჰარვარდში რამდენიმე რეგიონალურ და ქვეყნის შიდა ორგანიზაციებთან ერთად. აბრაამის, როგორც გამაერთიანებელი ფიგურის ისტორია უკვე შეიტანეს რიგ მოლაპარაკებათა და ზავის ინიციატივებში, განსაკუთრებით რელიგიურ კონტექსტში. ამ გზის გავლით მოგზაური ახლო აღმოსავლეთის თავგადასავლის ნაწილი ხდება. ის უზრუნველყოფს საგანმანათლებლო და სულიერი, ასევე კულტურული შეგნების ამაღლებას, რომლის მაგალითები ტურისტების მიერ დაფიქსირებულია ვებ-გვერდებზე. აბრაამის გზის ინიციატივის თანამშრომლებმა გამოითვალეს, რომ ას მილიონზე მეტი ადამიანი მსოფლიოს მასშტაბით გაეცნო ამ გზას მედია-საშუალებების, მათ შორის საერთაშორისო ახალი ამბების, სატელევიზიო პროგრამებისა და ინტერნეტის მეშვეობით. გაერთიანებული ერების ცივილიზაციათა ალიანსის მონაცემებით, მოგზაურთა მზარდი რიცხვის გამო გზის 300 კმ-ზე მეტი გაიხსნა, აქ იყვნენ დაწყებული სტუდენტებიდან ისეთი პოლიტიკური ფიგურებით დამთავრებული, როგორებიცაა, მაგალითად, ამერიკის შეერთებული შტატების ყოფილი პრეზიდენტი ჯიმი კარტერი. გარდა ამისა, ჰარვარდის უნივერსიტეტთან პროექტის კავშირი აღძრავს მისი მართვის მიმართ ნდობას, რაც მოცემულია ინსტიტუციის ჩანაწერში პროექტის საზოგადოებრივი განვითარების შესახებ.

გზის ძირითადი ნაწილი გაიხსნა 2009 წლის გაზაფხულისათვის, რომელიც შეადგენს 310 კმ-ს. 3,000-მა პიროვნებამ იმოგზაურა იმავე წელს ამ გზაზე, რომელთაგან 500 შეიძლება კლასიფიცირდეს, როგორც მომლოცველი. აბრაამის გზის ინიციატივამ დააფინანსა საგანმანათლებლო ტურები და საფეხმავლო ტურები, მაგალითად, უძველეს თურქულ ქალაქებს ჰარანსა და სანლიურფას შორის მოგზაურობა(40კმ). მოგზაურებმა შესაძლოა აგრეთვე გაიარონ სირიის კულტურული ბილიკი დეირ მარ მუსადან დამასკომდე(80კმ) და იორდანის მუნიციპალიტეტებს ალ-აიუნსა და ალჯუნს შორის (30 კმ). ასევე არის ნაწილი(60 კმ) ბერ-შევადან არადამდე, ნეგევის უდაბნოში, ისრაელში, ისევე როგორც მონაკვეთი პალესტინაში, ნაბლუსიდან იერიქონამდე და ბეთელის მიმართულებით(70 კმ). გრძელვადიან მიზანს აგრეთვე წარმოადგენს ის, რომ 5000 კმ-იანი გზა აგრეთვე ღია იქნება მოგზაურთათვის ეგვიპტეში, საუდის არაბეთში, ირანში, ერაყსა და ლიბანში.

ახლო აღმოსავლეთის მთავარმა ლიდერებმა, ნობელის პრემიის ლაურეატებმა და გაეროს მსოფლიო ტურიზმის დეპარტამენტმა დაამტკიცეს აბრაამის გზის ინიციატივა. თუმცა, ეფექტიანი ორგანიზაციის შექმნასა და მნიშვნელოვანი რესურსების გაღებასთან ერთად, არსებობს ეჭვი გზის უსაფრთხოებასთან დაკავშირებით. ქვეყნის შიდა ორგანიზაციები თანამშრომლობენ დაინტერესებულ მხარეებთან, რათა დაამკვიდრონ მოგზაურთა უსაფრთხო მოგზაურობის რწმენა, ხაზს უსვამენ იმას, რომ მათ მოგზაურობას აქვს ეკონომიკის რეალური განვითარების პოტენციალი. დისტანციური საზოგადოებები იდეალურად განთავსებულია იმისათვის, რომ მოხდეს ამ გზით სარგებლობა, რაც განსაკუთრებით ფინანსური თვალსაზრისით სოფლისა და ტურისტულად ღარიბი მხარეებისთვის მეტად მნიშვნელოვანია.

ყველა დაინტერესებული მხარისათვის შესაფერისი პირობების შესაქმნელად ტურიზმის ეროვნულმა ალიანსმა და საჯარო სექტორის ორგანიზაციებმა საქმიანობისა და პარტნიორობის ეროვნულ დონეზე მხარდაჭერისა და ინიციატივებისათვის წამყვანი როლი უნდა ითამაშონ; მნიშვნელოვანია ისინი ღია მოლაპარაკებებს აწარმოებდნენ დაინტერესებულ მხარეებთან სხვადასხვა ადმინისტრაციული დონეების მეშვეობით. კანონმდებლობისა და პოლიტიკის შემუშავება და გაუმჯობესება, ეკონომიკური ხარისხის გავრცელების დახმარების პროგრამებისა და პროექტების მიუკერძოებლობა, პოსტ-კონფლიქტური გავლენის შემსუბუქება და განვითარების ხელშეწყობა წარმოადგენს ტურიზმის საერთო განვითარების შემადგენელ ნაწილს.

ტურიზმისა და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ასეთი ფარგლები მოიცავს:

1. საკანონმდებლო და მარეგულირებელ ჩარჩოებს;
2. პარტნიორობის ხელშეწყობასა და შექმნას;
3. ადამიანური რესურსების განვითარებას არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმისათვის;
4. ბაზრის განვითარების ხელშეწყობას;
5. კვლევის, სტატისტიკის და მონიტორინგის მიზნებს;
6. დოკუმენტაციით უზრუნველყოფას, ინფორმაციული ტექნოლოგიებისა და კომუნიკაციების გამოყენებას.

ტურიზმის ეროვნული სამსახურს შეუძლია ურჩიოს მთავრობას გახდეს იუნესკოს 2003 წლის კონვენციის ხელმომწერი ქვეყანა და დაუყოვნებლივ იქნას მიღებული ეროვნული კანონი კულტურული ღირებულებების დაცვისა და ასევე ტურიზმში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გამოყენებისათვის. ეს ყოველივე განმტკიცებულ უნდა იქნეს შესაბამისი პოლიტიკითა და რეგულაციებით, რომლებიც წახალისებს სოციალურ ტურიზმს,

ადგილობრივი გიდების გადამზადებას, სამართლიან ვაჭრობასა და საზოგადოების კულტურული წარმომავლობის პატივისცემას. აქვე უნდა ავღნიშნოთ, რომ რეკომენდაციები უნდა გაკეთდეს პოზიტიურ საერთაშორისო პრაქტიკაზე დაყრდნობით, როგორც ეს რეკომენდირებულია განვითარებადი ტურიზმის კოდექსებსა და კონვენციებში.

კანონმდებლობით არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა ეროვნულ დონეზე შესაძლოა ასევე არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობასთან დაკავშირებული-საზოგადოების ინტელექტუალური საკუთრების უფლების, კულტურული სივრცისა და საკრალური არტეფაქტების დაცვას დაეხმაროს.

ტურიზმის განვითარების დაგეგმვისას აუცილებელია საზოგადოებისთვის მისაღები ცვლილებების განხილვა და ამ პროცესზე თვალყურის დევნება. ტურიზმის ეროვნულმა სამსახურმა შემდგომში მხარი უნდა დაუჭიროს ტრადიციული ცოდნისა და პრაქტიკის გამოყენების პროექტის დაფინანსებას. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მარკეტინგული ჩარჩოები ასევე ითხოვს რეგულარულ დაკვირვებასა და შესწავლას. მაგალითად, თანმიმდევრულმა მარკეტინგულმა გეგმამ ხელნაკეთი სუვენირების ხარისხისათვის შესაძლოა „გლოკალიზაციის“ პროცესი შეაფერხოს და საზოგადოებისთვის დამღუპველი აღმოჩნდეს. ეს დამატებითი ინტელექტუალური საკუთრების უფლება ხელს უშლის მემკვიდრეობის სტანდარტიზაციას და უზრუნველყოფს ბევრად უფრო მეტ სარგებელს ადგილობრივი რეწვის განვითარებისათვის. პროგრამის შექმნისთვის შესაბამისი პირობების შექმნა მნიშვნელოვანია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის განვითარებისთვის ადამიანური რესურსების მოზიდვა.

ეროვნულ დონეზე საჯარო და კერძო სექტორების პარტნიორობის კარგი მაგალითია ხორვატიის ტურიზმის სამინისტროსა და ხორვატიის ეკონომიკის პალატის მიერ ¹³(იხ.ქვემოთ) განხორციელებული შემდეგი ინიციატივა. ხორვატიის კულტურული ტურიზმის გაერთიანება, როგორც არაფორმალური ორგანო, დაფუძნდა 2004 წელს ხორვატიის ეკონომიკის პალატის ტურიზმის დეპარტამენტის ფარგლებში, რომელიც ემყარება საჯარო-კერძო თანამშრომლობას. ხორვატიის ეკონომიკური პალატა წარმოადგენს დამოუკიდებელ პროფესიულ ორგანიზაციას, რომელშიც გაერთიანებულია ყველა ხორვატიული ბიზნეს ორგანიზაცია. მისმა წევრებმა ტურიზმის ინდუსტრიიდან, რომლებიც ამყარებენ პარტნიორობას მემკვიდრეობის ინსტიტუტებთან, დააფუძნეს კულტურული ტურიზმის ხორვატიის გაერთიანება, რათა ხელი შეუწყონ ტურისტული პროდუქტებისადმი ინტეგრირებულ მიდგომას. მემკვიდრეობის ინსტიტუტები და ასოციაციები ნებაყოფლობით მიიღებიან წევრობის გადასახადის გადახდის

¹³ <http://www.mint.hr/UserDocsImages/TOURISM-FINAL-2010.pdf>– უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 07.06.2015.

გარეშე. დაახლოებით 50-მა მემკვიდრეობის ინსტიტუტმა, 150-მა ტურისტულმა სააგენტომ, რამდენიმე სასტუმრომ და 1000-მა ტურისტულმა გიდმა გამოთქვა გაერთიანებაში მუშაობის ინტერესი. ტურიზმის სამინისტროც ხელს უწყობდა ამ პროცესს.

ინიციატივა ხელს უწყობდა რიგ პროექტებს, რომლებიც გვთავაზობდნენ მრავალფეროვან გამოცდილებას მეტი ტურისტის მოსაზიდად. ყველაზე მზარდად აქცენტი კეთდებოდა თემატური ღონისძიებებისა და ფესტივალების ჩატარებაზე, რომელიც პოპულარულია ორივე-ადგილობრივი და უცხოელი ტურისტებისათვის. პალატა აქტიურად თანამშრომლობდა ასოციაციებთან, რომლებიც შესაძლებლობას აძლევდნენ კომპეტენტურ მეწარმეებს განეხილათ და შეეფასებინათ საკუთარი ბიზნესის განვითარებასთან დაკავშირებული პრობლემები, გაენალიზებინათ სახელმწიფოს მხრიდან ზემოქმედების მასშტაბები და შეეთავაზებინათ რეკომენდაციები.

ხორვატიის ტურისტულად ნაკლებად განვითარებულ რეგიონებში, ტურიზმი განხილულ იქნა, როგორც შესაძლებლობა გაეცოცხლებინათ ტრადიციული ღირებულებები. მას შემდეგ, რაც გაერთიანება წარმოადგენს მულტიდისციპლინარულ ორგანოს, რომელიც მოიცავს მუზეუმის სპეციალისტებს, არქეოლოგებს, ტურისტულ აგენტებს და სასტუმროს მენეჯერებს, დამტკიცდა მულტიდისციპლინარულ დონეზე არამატერიალური მემკვიდრეობის ტურიზმში ჩართვის საკითხი. ისინი ასევე დაეთანხმნენ იუნესკოს განმარტებას არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ და ტრადიციული ცოდნისა და თანამედროვე მემკვიდრეობის შემთხვევებში. ადგილობრივი თვითმყოფადობის შენარჩუნების მნიშვნელობას, პირველი ნაბიჯი მოიცავდა ცნობიერების ამაღლებას ტურიზმის ინდუსტრიის და მემკვიდრეობის ინსტიტუტების ფარგლებში მემკვიდრეობის ინსტიტუტების მიერ არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობასთან დაკავშირებით ადვილად აღსაქმელი და მისაღები ინფორმაციის მიწოდებით. ორგანიზაციის მთავარი მიზანი იყო ადგილობრივი თვითმყოფადობის შენარჩუნება მისი განვითარებისა და ინტერპრეტირების გზით, ხოლო ტურიზმის მეშვეობით კულტურული მემკვიდრეობის გავრცელება და ამუშავება, აგრეთვე უმნიშვნელოვანესი ამოცანა იყო მემკვიდრეობის მართვის საერთო მიდგომის ხელშეწყობა. ამის მისაღწევად, ტურიზმის სამინისტროსა და კულტურული ტურიზმის დეპარტამენტს შორის დამყარდა ახლო ურთიერთობა, რომელმაც ხელი შეუწყო ეფექტიანი ფინანსური დახმარების წყაროების მოძიებას კულტურული ტურიზმის განვითარების პროექტში.

იმის გამო, რომ ტურისტებისათვის მემკვიდრეობითი პროდუქტების შექმნა არც არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვას და არც ეკონომიკურ სტაბილურობას ხელს არ უწყობს, შემუშავებულ იქნა მიდგომა, რომელიც დააბალანსებდა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვასა და ტურისტულ მოთხოვნებს. ამგვარად,

სტაბილურობისა და კულტურული თვითმყოფადობის შენარჩუნება, როგორც ყოველი ტურისტული მიმართულების პროდუქტისა, მნიშვნელოვანი ამოცანა გახდა კავშირისათვის. კულტურული ტურიზმის ბიზნეს-კლუბი დაარსდა 2006 წელს, რათა წარმოედგინა კულტურული ტურიზმის პარტნიორობის პოზიტიური გამოცდილება და პროდუქტები, რათა ეს გამოცდილება კავშირის წევრებსა და ხორვატიის ეკონომიკის პალატას შორის გაზიარებულიყო.

წარმოდგენილ იქნა კულტურული ტურიზმის ოცზე მეტი პრაქტიკული გადაწყვეტილება, აქედან ბევრი, კულტურული მემკვიდრეობის, როგორც ხორვატიის შეთავაზების ძალიან დახვეწილი გამოყენების მაგალითს წარმოადგენდა. ეს მოიცავდა „Hrvatsko Zagorje“-ს (ხორვატიული მთების) ხელოვნების მუზეუმს, ინტერაქტიული პროგრამებითა და ტურისტებისათვის ხელოვნების სემინარებით; ხორვატიის მთის გლეხთა აჯანყების მუზეუმს, სიბენიკის ბავშვთა საერთაშორის ფესტივალს და მათ შთაბეჭდილებებს, ვარაზდისნის სამოქალაქო თავდაცვის ცერემონიას, რომელიც აცოცხლებდა წარსულის სამხედრო რიტუალს. ყოველი პროექტი ხორვატიის ეკონომიკური პალატის წევრებისა და ტურისტული სააგენტოების დიდ ინტერესს იწვევდა.

ეროვნული ტურისტული გაერთიანებები ცდილობენ რეკომენდაცია გაუწიონ პროვინციების დონეზე ეფექტურ თანამშრომლობასა და საქმიანობას და სხვადასხვა ტერიტორიულ ერთეულებსა და დანაყოფებს შორის დიალოგისა და კავშირის განმტკიცებას (მუნიციპალიტეტები, ქვეყნები, პროვინციები და ა.შ). ეს საქმიანობა შეიძლება განხორციელდეს ტურიზმისა და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პროდუქტებსა და/ან არსებული პროდუქტების კავშირების (პროვინციებისა და ადგილობრივ დონეებზე) გაუმჯობესებით. ამგვარი ინიციატივის წარმატებით განხორციელებისათვის საჭიროა დეტალური კოორდინაცია.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა და საზოგადოებრივი დონის ტურიზმის პროექტი

ძალის დოგონის ქვეყნის¹⁴(ეთნიკური ჯგუფი) მაგალითიდან ჩანს, რომ პრაქტიკულად თანამშრომლობის ყველა ფორმას აქვს პოტენციალი წაახალისოს მცირე საზოგადოებაზე დაფუძნებული ტურიზმის არსებობა. ძალაუფლების დამატებად, საზოგადოებაზე დაფუძნებული ტურიზმი გვთავაზობს გენდერული ბალანსის დაცვის ხელშეწყობას ტურიზმში. მაგალითად, აღმოჩნდა, რომ არსებული ტურისტული სააგენტოები ასაქმებდნენ მხოლოდ

¹⁴ <http://www.dogoncountry.com> – უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 07.06.2015.

მამაკაცებს. იავას ტურები ინდონეზიაში აქტიურად მოუწოდებდა ქალებს შეერთებოდნენ გიდების გადამზადების პროგრამას. საზოგადოებრივი პროექტის სხვა მაგალითი, რომელიც აძლიერებდა ქალის როლს, იყო ქალების მიერ დამზადებული კალათების პროდუქცია ეტმას სოფელში (ბოცვანაში), ასევე ამავე სოფლის ბაზრის კოოპერატივთან და ბოცვანის ქრისტიანულ საბჭოსთან თანამშრომლობა. საკითხის შესწავლა დაიწყო დასავლეთ ბენგალიდან და ანალოგიურად ხაზს უსვამდა ქალის როლის გაზრდას ტურიზმის განვითარების საქმეში, ხოლო უროს საზოგადოება პერუში წარმოადგენდა, თუ როგორ შეიძლება ყოფილიყო ქალი ტურიზმის განვითარების ხერხემალი ტრადიციულად პატრიარქალურ საზოგადოებაში, ამ შემთხვევაში უხვ არამატერიალურ კულტურულ საკუთრებასთან ერთად.

როგორც დოგონის საქმის შესწავლიდან ჩანს, ქალები ეკონომიკურად დამოუკიდებლები არიან. ახალ ტურისტულ პროექტებში ქალების ძალაუფლება ძირითადად გათვალისწინებულია და მათი წართმევის საფრთხე არ არსებობს. თუმცა, ეს არ ნიშნავს იმას, რომ ამგვარი საფრთხე მთლიანად გამორიცხულია. არსებულ პატრიარქალურ მაგალითებზე დაყრდნობით ამგვარი საფრთხე იმაში მდგომარეობს, რომ ხელმძღვანელობის ჩამოყალიბების პროცესში მამაკაცებმა, არცთუ იშვიათად, შესაძლოა სადავეები ჩაიგდონ ხელში და არ გაითვალისწინონ ქალების შეხედულებები. სწორედ ამიტომაც საჭირო ტურიზმის განვითარების პროცესში განხორციელდეს თემზე დაფუძნებული ტურიზმის (სქესი, ორგანიზაციები და ტექნოლოგიების) მონიტორინგი, რომელიც გენდერული თანასწორობის პრინციპის დაცვას უზრუნველყოფს.

მიგრანტი საზოგადოებების არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა, როგორც ტურისტული ღირსშესანიშნაობა

მიგრანტი ჯგუფების ტურისტებთან ასოცირებით იკვეთება არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პროდუქტების მზარდი ტენდენცია, განსაკუთრებით მსგავსი კულტურული ფონის ჯგუფებისათვის. ძირითადი მაგალითები მოცემულია ურბანულ მხარეებში, როგორებიცაა ჩინური კვარტალი ნიუ იორკში და ებრაული დასახლებები ბევრ ევროპულ ქალაქში.

ადგილობრივი ებრაული მოსახლეობის კულტურა ტურისტების დიდ ინტერესს იწვევს, განსაკუთრებით ებრაული წარმოშობის ტურისტებისათვის. **ავსტრალიის ოქროს დრაკონის მემკვიდრეობის ჩინური უბანი**¹⁵ ასეთი ფენომენის იშვიათი მაგალითია.

¹⁵ <https://www.bendigotourism.com/bendigo-cbd/golden-dragon-museum>–უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 07.06.2015.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პროდუქტების განვითარებისთვის საინტერესო სფერო არის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის წარდგენის მზარდი ტენდენცია, რომელიც დაკავშირებულია მსგავსი კულტურის მიგრანტთა ჯგუფებსა და ტურისტებთან. საუკეთესო მაგალითები გვხვდება ქალაქად, როგორც ნიუ იორკის Chinatown ან ებრაული კვარტლის შემთხვევაში, ასევე ბევრ ევროპულ ქალაქში, სადაც ამჟამინდელი ებრაული მოსახლეობის ცოცხალი კულტურა ტურისტების(განსაკუთრებით ებრაული წარმოშობის) დიდ ინტერესს იწვევს. „ოქროს დრაკონი“ ჩინური მემკვიდრეობის უბანი ავსტრალიაში არის ამ მოვლენის იშვიათი მაგალითი.

„ოქროს დრაკონი“ ჩინური მემკვიდრეობის უბანი მდებარეობს ბენდიგოში, ვიქტორიას სახელმწიფოს ცენტრალურ გოლდფიელდის (Goldfields) რეგიონში, სადაც უმეტესად ჩინელი მემახტეები იყვნენ დასაქმებულნი. ამჟამად აქცენტი კეთდება ქალაქის გეგმის ინტერპრეტაციასა და პროექტის მარკეტინგის განვითარებაზე, რომელიც ხელს შეუწყობს ადგილების შექმნას უბნებში, როგორცაა ოქროს დრაკონის მუზეუმი, ჩინური ტაძარი და თეთრი ჰილზის სასაფლაო(White Hills Cemetery), რომელიც მიმზიდველი იქნება ჩინური დიასპორის ტურისტებისთვის.

მუზეუმში შესვლისას ვიზიტორებს აოცებთ კულტურული სივრცის „სიცოცხლე“, თავისი ნათელი ფერების გამოყენებით, მრავალფეროვანი არტეფაქტებით დისპლეიზე და ჩინური დრაკონის ოთახში ყოფნა. ყველაზე მთავარია, რომ წარმოდგენილია განსხვავებული ისტორიები, რომლებიც ცოცხალი რჩება ბენდიგო(Bendigo) ჩინურ თემში. არსებობს ასევე დამატებითი ინფრასტრუქტურის განვითარების გეგმა, როგორცაა ტერიტორიის გაუმჯობესების მიზნით მოწყობილი მოედანი მუზეუმის შესასვლელში, რომელიც უზრუნველყოფს საზოგადოებრივი ღონისძიებების, როგორცაა დრაკონის გამოღვიძების ცერემონია სააღდგომო ბაზრობის დროს, ნორმალურად ჩატარებას. მუზეუმი იზიდავს 70,000 ვიზიტორს წელიწადში, რაც მას ბენდიგოში ყველაზე მონახულებად ატრაქციად აქცევს. არსებობს ასევე ჩინეთიდან, კერძოდ, გუანდონგ(Guangdong) ჩინელების პროვინციიდან(სადაც უმეტესობა ავსტრალიელი მადაროელები იყვნენ) პეკიჯ ტურების ტურისტულ მარშრუტებში ბენდიგოს ჩართვის გეგმა.

ტურიზმისა და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პროდუქტები არ არის მხოლოდ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის საკუთრებაზე ორიენტირებული, არამედ აგრეთვე მოიცავს რიგ ქმედებებს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კატეგორიების წარმოსადგენად. ქვემოთ მოყვანილი საულის არაბეთის „Souk Okaz“-ის ფესტივალი, მაგალითად, უფრო მეტად ეფუძნება ზეპირსიტყვიერ გამონათქვამებსა და ტრადიციებს, რადგან ის უფრო მეტად გამორჩეულია თავისი პოეზიით, ვიდრე როგორც

ტრადიციული ხელოვნების ფესტივალი და სხვ. ქვემოთ მოყვანილი მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის (UNWTO) მიერ ჩატარებული კვლევის შედეგად აღწერილი მაგალითები, დაჯგუფებულია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შემდეგი სფეროების მიხედვით:

1. რეწვა/ სანახაობითი ხელოვნება, ტრადიციული ხელოსნობის ჩვენება
2. გასტრონომია და კულინარიული პრაქტიკა
3. საზოგადოებრივი პრაქტიკა, რიტუალები
4. მუსიკა და საშემსრულებლო ხელოვნება
5. ზეპირი ტრადიციები და გამოხატვის ფორმები
6. გარესამყაროსთან დაკავშირებული გამოცდილება

1. რეწვა/ სანახაობითი ხელოვნება, ტრადიციული ხელოსნობის ჩვენება

ტრადიციული რეწვა და სანახაობითი ხელოვნება, გაერო-ს მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის არაერთი კონფერენციის თემა შედის ყველაზე პოპულარულ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კატეგორიაში. უამრავი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურისტული პროდუქტი შეიცავს რეწვის გარკვეულ გამოცდილებას, როდესაც შედარებით მცირე რაოდენობა ფოკუსირებას ახდენს სანახაობით ხელოვნებაზე. ამ მხრივ ძალიან საინტერესო და განსხვავებული მაგალითები გვხვდება ისეთ ქვეყნებში, როგორცაა ბოცვანა, ინდოეთი, კამბოჯა, იაპონია, ლიტვა და სხვ. (იხ. დანართი 1)

ქვემოთ მოყვანილია „კაზიუკას ბაზრობა“ ლიტვური ტრადიციული ხელოვნებისა და შემოქმედების ბაზრობის¹⁶ მაგალითი. კაზიუკას ბაზრობა (Kaziuko Mug in Lithuanian) არის ყოველწლიური სამდღიანი გაზაფხულის ბაზრობა ვილნიუსში, ლიტვაში, რომელიც მოიცავს ტრადიციულ ხელოვნებას, ხელობასა და სუვენირებს. იგი ტრადიციულად იმართება კვირაობით წმინდა კაზიმირის დღის, 4 მარტის ახლო პერიოდში, რომელიც არის წმინდანის გარდაცვალების დღე. ფესტივალი აღინიშნება ბოლო 200 წელია ვილნიუსის ძველ ქალაქში. ღონისძიება იზიდავს ათობით ათას სტუმარს, განსაკუთრებით მეზობელი პოლონეთიდან და ლატვიიდან, საიდანაც სპეციალური ტურები ტარდება ფესტივალის სანახავად. პარტნიორები წარმოადგენენ გასაყიდად ხალხური ხელოვნების ნიმუშებს, ხელით ნაკეთობებს და საკვებ პროდუქტებს. ოსტატები დასასწრებად მოდიან, როგორც მთელი ლიტვიიდან, ასევე ლატვიიდან, რომელთა აღიარებული მჭედლებიც საპატიო სტუმრებს წარმოადგენენ.

¹⁶ <http://www.visitlithuania.net/index.php/events/108-other-events/349-st-casimirs-fair-weekend-> უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 07.06.2015.

ტურისტები ყიდულობენ ტრადიციულ სუვენირებს, ვერბას- კაზიუკას ბაზრობის სიმბოლოს, პალმის თაიგულებს მუგინუკასს (კაზიუკასის გული, გულის ფორმის ორცხოობილა თაფლის არომატით) და ლიტვურ ადგილობრივ ლუდს. მაღალი ხარისხის ხელნაკეთ პროდუქტებს შორისაა აგრეთვე მოჩუქურთმებული ხის ჭურჭელი და ქარვის სამკაულები (ცნობილი, როგორც ლიტვური ოქრო), თიხის ჭურჭელი, ტექსტილი, ხელნაკეთი კალათები, სათამაშოები, თოჯინები და კერამიკა. ტურისტები ეზიარებიან ხალხურ ხელოვნებას, ესწრებიან სიმღერისა და ცეკვის კონცერტებს, ტრადიციულ თამაშებს, მსვლელობებსა და შეჯიბრებებს.

ბაზრობის წინ ქალაქის საკრებულო აცხადებს საჯარო ტენდერს ორგანიზატორებისათვის. ქირავდება დახლები, ტურისტებისთვის ტარდება ტურიზმის მუნიციპალური დეპარტამენტის მიერ დაგეგმილი ღონისძიებები. ტენდერში გამარჯვებულმა კომპანიამ თავის მხრივ უნდა მოიძიოს ფინანსები იმ საწარმოებიდან, რომლის საქმიანობაც დაკავშირებულია გასაყიდად გამოტანილ ექსპონატებთან. ექსპონატებისა და კულტურული საქმიანობის ხარისხის შერჩევას აფინანსებს ქალაქის საკრებულო, მათ აფასებს სპეციალურად ჩამოყალიბებული კომიტეტი, რომელიც ამტკიცებს მხოლოდ უნიკალურ ექსპონატებს, რითიც მათ საბაზრო ღირებულებას მატებს ბაზრობის ფარგლებს გარეთაც. სერთიფიცირებული პროდუქციის გაყიდვის გამო მათ უფრო მაღალი საიჯარო გადასახადის გადახდა უწევთ, მაგრამ იღებენ კარგ სარგებელს ბაზარზე გრძელვადიანი პერიოდის განმავლობაში.

გასათვალისწინებელი მოსაზრებები, რომლებიც ეხება რეწვას, სანახაობით ხელოვნებასა და ტრადიციული ხელოსნობის ჩვენებას

- ხელნაკეთი ნივთები უკიდურესად პოპულარული ტურისტული სუვენირებია და შესაბამისად მომგებიანია ბიზნესის განვითარებისათვის;
- ხელნაკეთი ნივთების გაყიდვით შემოსული თანხებით შესაძლებელია ტრადიციული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ხელოვანთა მომზადებისთვის საჭირო ხარჯების დაფარვა;
- ქალები არიან ხელნაკეთი ნივთების ძირითადი მწარმოებლები. ისინი ეკონომიკურად და სოციალურად შეიძლება გაძლიერდნენ ბაზრობის გამოცდილებისა და სპეციალური გადამზადებისა და უნარების გასაუმჯობესებელი პროგრამების მეშვეობით.
- საზოგადოებამ, რომელიც აწარმოებს პროდუქციას, უნდა დაადგინოს მათი გამტარუნარიანობა(საჭიროება), რომელიც იცვლება სტუმრების მზარდი რაოდენობისას;
- სიღარიბის დაძლევის ინიციატივები უფრო ეფექტურია, როდესაც არასამთავრობო ან მარკეტინგული ორგანიზაციები თავიანთი რეკომენდაციებით ეხმარებიან მცირე ბიზნესის ობიექტებს ხარისხის ამაღლებასა და მენეჯმენტის სრულყოფაში;

- საჭიროა შეიქმნას გაერთიანებული ინტელექტუალურ საკუთრებაზე კონტროლის დასამყარებლად, ეკონომიკური სარგებლისა და ტურისტული გამოცდილების ხარისხის დასამკვიდრებლად.

2. გასტრონომიისა და კულინარიის პრაქტიკა

ტრადიციული გასტრონომიის ჩართვას ტურიზმში დადებითი ეფექტი აქვს მიწოდების ჯაჭვის განვითარებაში, ტრადიციული სამეურნეო პრაქტიკისა და ბიომრავალფეროვნების დაცვაში. ეფექტური კოორდინაცია და მარკეტინგი ხელს უწყობს გასტრონომიული მარშრუტების განვითარებას, რომელმაც შეიძლება მკვეთრად გაზარდოს სოფლის მეურნეობის განვითარება და დაიცვას ქალაქი და სოფელი მიგრაციისგან.

კომერციულმა ასოციაციებმა უნდა დაადგინონ წესი, რომ მხარი დაუჭირონ და დაარეგულირონ პრაქტიკა. როგორცაა: კვების ჰიგიენა და უსაფრთხოება, ბრენდინგი და უფლებების კონტროლი.

სპეციფიკური კვალიფიკაციის ამაღლების პროგრამები საჭიროა იმისათვის, რომ მომზადდეს ხარისხისა და ჰიგიენის სტანდარტები და წარდგენილ იქნას საკვები და სასმელი.

ქვემოთ მოყვანილია ყველისა და სიდრის ბილიკის (*Ruta'l quesu y la sidra*)¹⁷ (ასტურია, ესპანეთი) მაგალითი. ტურისტული ბილიკი შეიქმნა 1999 წელს ასიეგუში, დაახლოებით 100 მოსახლით დასახლებულ სოფელში „Los Picos de Europa“-ს ეროვნული პარკის მახლობლად. პროექტის ინიციატორები იყვნენ ძმები მანუელ და ხავიერ ნიემბროები და ადგილობრივი მცხოვრებნი, ყველისა და სიდრის მწარმოებლებთან და ასიეგუს სხვა მცხოვრებლებსა და გეოგრაფებთან თანამშრომლობით.

იგი დაფინანსებულია პირადი სახსრებით, რომლის მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენს ოჯახის რესურსები, აგრეთვე სუბსიდიები ეკოლოგიური მეურნეობისა და მეცხოველეობისათვის. ტურისტულ ბილიკს არასოდეს მიუღია რაიმე სახის სახელმწიფო დაფინანსება. ის ქმნის უფრო ფართო პროექტის ნაწილს, სახელწოდებით „Caserna de Pamirandi“ (პამირანდის მონადირეობა), რომელიც ტურიზმისაგან დამოუკიდებლად მოიცავს შესანიშნავ აქტივობებს, რომელიც ეხმარება ტურისტულ ბილიკს. ეს მოიცავს ეკოლოგიურ სოფლის მეურნეობას, ეკოლოგიურ მეცხვარეობას, კუსტარული სიდრის გამოშვებას და სასოფლო საცხოვრებლით უზრუნველყოფას.

მარშრუტი შედგება ორი ნაწილისაგან: ვიზიტები დაკავშირებული ყველისა და სიდრის (სასმელი) დეგუსტაციასთან და ასტურიას სასოფლო ლანდშაფტების მონახულება (დაახლოებით 2 კმ-იანი გზა–2საათი); და ესპიჩა, ტრადიციული სოციალური შეკრება.

¹⁷ <http://www.rutalquesuylasidra.com> -უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015წ.

სტუმრებს აქვთ შესაძლებლობა შეიგრძნონ ავთენტური სოფლის კულტურა, რაც ხელს უწყობს მის რევიტალიზაციასა და კონსერვაციას. ტურისტულ პროდუქტებში შერჩევითი თანაგანვითარება ტრადიციული ასტურიული კულტურის ამ სექტორის მიერ პოზიტიურად არის შეფასებული, ხოლო კომპანიის შექმნა, რომელიც სამუშაო ადგილებს წარმოშობს და გარემოვითარების უწყობს ხელს, კიდევ ერთი მნიშვნელოვანი შედეგია. მისი პოპულარობა გაიზარდა მას შემდეგ, რაც 1999 წლიდან 2009 წლამდე 5000 სტუმარი მიიღო, რომელთაგან უმეტესობა ესპანელი იყო. მუდმივი და სამი ნახევარგანაკვეთიანი სამუშაოს შექმნა კიდევ ერთი პოზიტიური შედეგია. ინიციატორების აზრით, ქვეყნის მომავალი არ არის ურბანულ განვითარებაზე დამყარებული, არამედ ის დამოკიდებულია სოფლის განვითარებაზე მისი ძირძველი ღირებულებების დაკარგვის გარეშე. ეს პროექტი უფრო ფართო ბაზარზე გასვლით საერთაშორისო ვიზიტორთა რიცხვის ზრდის შესაძლებლობას იძლევა.

3. საზოგადოებრივი პრაქტიკა, რიტუალები და საზეიმო ღონისძიებები

მემკვიდრეობის ეს სახე შეიძლება ხშირად წარმოგვიდგეს, როგორც ცალკეული ტურისტული პროდუქტი. თუმცა, როდესაც რიტუალებთან და წმინდა პრაქტიკასთან შეხამებული მემკვიდრეობის დაცვის ღირებულებები ავითარებს ტურიზმის მიმართულებას, ის კვლავ რჩება განვითარებადი ტურიზმის გამოწვევად. ამ შემთხვევაში წარმოდგენილი ღონისძიებები და სტრატეგიები ცხადყოფს, რომ მცირდება უარყოფითი ზემოქმედება ტურიზმის განვითარებაზე. ამის მაგალითები გვხვდება: ბელგია/საფრანგეთში, ბოსნია და ჰერცეგოვინაში, სამხრეთ კორეაში, ავსტრალიაში, პერუში, ყაზახეთში და სხვაგან(იხ. დანართი 1).

ქვემოთ მოყვანილია **კორეის რესპუბლიკის ფესტივალის¹⁸ მაგალითი, რომელიც** სპეციალურად სამხრეთ კორეის ისტორიულ უბანში ტარდება და მოიცავს 80 პროგრამას 10 სხვადასხვა სფეროში. 2005 წელს ფესტივალი შევიდა იუნესკოს სიაში, როგორც კაცობრიობის ზეპირსიტყვიერი და არამატერიალური კულტურის შედეგრი. ის, როგორც უდიდესი და უმნიშვნელოვანესი ფესტივალი სამხრეთ კორეაში იგეგმება ორივე მხარის–ადგილობრივი და რეგიონალური ხელისუფლების წარმომადგენლების, ასევე „Gangneung Danoje“ ფესტივალის კომიტეტის, ქალაქის მთავრობის და სხვა არასამთავრობო ორგანიზაციების მონაწილეობით.

„Gangneung Danoje“–ს ფესტივალის კომიტეტი ჩამოყალიბდა, როგორც ფესტივალის მთავარი ორგანიზატორი ქალაქის ხელისუფლებასა და ადგილობრივ მოსახლეობას შორის

¹⁸ <http://www.unesco.org/culture/ich/?topic=mp&cp=KR>– უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული 10.06.2015.

თანამშრომლობით. ფესტივალის დაფინანსების მთავარ წყაროს წარმოადგენს ქალაქის მთავრობა, კულტურის, სპორტის და ტურიზმის სამინისტრო, იღებენ სუბსიდიებს ადგილობრივი ორგანიზაციებიდან და ინდივიდუალური მოქალაქეებისაგან.

თემზე დაფუძნებული ფესტივალი ასახავს იმ საზოგადოების დაგროვილ კულტურულ მიღწევებს, რომელიც ამ რაიონში ათასწლეულების მანძილზე ცხოვრობს და განვითარებული აქვს ძველი ტრადიციების საფუძველზე მრავალფეროვანი კულტურული თვითგამოხატვის ფორმები. ყოველწლიური, რვა დღიანი ღონისძიებების მიზანია მოიზიდოს მნახველები, მათ შორის ტურისტები. ტურისტები იღებენ შთაბეჭდილებასა და კულტურულ პრაქტიკას „Danoje“-ს ისტორიულ უბანში, მონაწილეობენ სემინარებსა და სხვადასხვა ღონისძიებებში და რაც მთავარია, ათვალთვინებენ მათთვის საინტერესო ადგილებსა და ძეგლებს. ფესტივალის ღირსშესანიშნაობებს წარმოადგენს ტრადიციული, ხალხური ფოლკლორული მუსიკა, განსაკუთრებით აღსანიშნავია სოფლის(აგრარული) მუსიკა, ნიღბების თეატრი, ხალხური თამაშობები და სიმღერები, შამანების რიტუალები და ღია ბაზრობები. ეს ფესტივალი ხაზს უსვამს რეგიონის ადგილობრივ ინდივიდუალობას და მის როლს არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობაში, ასევე ტურიზმის განვითარებაში.

ადგილობრივი საზოგადოება ამ ფესტივალს ხედავს, როგორც მისი ეკონომიკური განვითარების ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან წყაროს. ღონისძიებაზე ტურიზმის ბიზნესმა აჩვენა დატვირთვის ზრდა, ტრანსპორტისა და გიდების გამოყენება. ქალაქმა შექმნა პროექტი "Creative City" Dano Cultural-თან ერთად, რათა დაიცვას მემკვიდრეობის ფესტივალი და გაზარდოს კრეატიულობის დონე მთელი წლის განმავლობაში. იგი შექმნილია, როგორც ათწლიანი პროექტი, რაც გულისხმობს:

- გაზარდოს ფესტივალის მნიშვნელობა სისტემატური და ეფექტური ღონისძიებებით;
- განავითაროს იგი მსოფლიოში აღიარებულ საზეიმო ღონისძიებად, სადაც ადგილობრივი, შიდა და საერთაშორისო ტურისტები შეძლებენ დასწრებას;
- ადგილობრივი განვითარების მიღწევას მუდმივად განახლებული Dano Cultur-ის მეშვეობით და ქალაქის გარდაქმნას ისეთ ტურისტულ ადგილად, რომელიც ამაყობს თავისი ტრადიციული კულტურით.

UNWTO¹⁹–ს აბრეშუმის გზის პროგრამა: ტურიზმის მეშვეობით არამატერიალური

კულტურული მემკვიდრეობის განვითარება

UNWTO მხარს უჭერს აბრეშუმის გზაზე მარშრუტის გასწვრივ მდებარე 25–ზე მეტი ქვეყნის მდგრადი ტურიზმის განვითარებას, გაეროს სააგენტოების UNESCO და UNDP პარტნიორობით. უძველესი აბრეშუმის გზა შეიქმნა, როგორც პირველი დამაკავშირებელი ხიდი აღმოსავლეთსა და დასავლეთს შორის, ვაჭრობისთვის უპრეცედენტო მექანიზმი და ისტორიულ იმპერიებს ჩინეთს, ინდოეთს, სპარსეთსა და რომს შორის ურთიერთობის საშუალება. როგორც კულტურებს შორის საკონტაქტო არხი, გზამ შთააგონა ხელოვნების, რელიგიის, იდეებისა და ტექნოლოგიების გაცვლა. დღეს აბრეშუმის გზა ვიზიტორებს სთავაზობს კარგად გაეცნონ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის უნიკალურ ნიმუშებს, რომელთაგან ბევრი შეტანილია კაცობრიობის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის იუნესკოს წარმომადგენლობით სიაში.

2010 წლიდან ხელახლა დაიწყო აბრეშუმის გზის პროგრამა, UNWTO–მ კოორდინება გაუწია კონფერენციებსა და ღონისძიებებს, რომლებიც შეეხებოდა აბრეშუმის გზის გასწვრივ ტურიზმის წინაშე მდგარ გლობალური და ადგილობრივი საკითხების განხილვას, ასევე მემკვიდრეობის მართვას, მოგზაურობის გაადვილებასა და დესტინაციის მენეჯმენტს. საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება აბრეშუმის გზის, როგორც დანიშნულების ადგილის მნიშვნელობაზე, UNWTO–ს მთავარი პრიორიტეტია, ხოლო 2012 წელს აბრეშუმის გზის ბრენდის კამპანიამ დაიწყო აბრეშუმის გზის მდგრადი მოგზაურობის პრომოუშენი, რომელიც ხაზს უსვამს მისი შესანიშნავი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის აქტივების მნიშვნელობას.

ქვემოთ მოყვანილია უზბეკეთის **აბრეშუმისა და სანელებლების ფესტივალის**²⁰ მაგალითი, რომელიც მიზნად ისახავს ცენტრალურ აზიაში და მის ფარგლებს გარეთ აბრეშუმის გზის აღორძინებას, რადგან ის იმ ტრადიციებს მოიცავს, რომლებიც მარშრუტის გასწვრივ მცხოვრები ეთნიკური ჯგუფებისთვის საერთოა. ტურიზმის განვითარების ეს კომპონენტი ბუხარის აბრეშუმის და სანელებლების ფესტივალის ასეთი კულტურული აქტივების პროფილს მნიშვნელოვნად ზრდის და ახალ სამუშაო ადგილებს უზრუნველყოფს.

¹⁹ **United Nations World Tourism Organization–გაერთიანებული ერების მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაცია**, www2.unwto.org–უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული 20.01.2016.

²⁰ <http://www.tourstouzbekeistan.com/en/news/international-festival-silk-and-spices-in-bukhara.html>–უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული 10.06.2015.

აბრეშუმისა და სანელებლების ფესტივალი ყოველწლიურად ტარდება ბუხარაში, უზბეკეთში, აბრეშუმის გზის ერთ–ერთ მნიშვნელოვან სავაჭრო წერტილში. ფესტივალი ხელს უწყობს ტრადიციების შენარჩუნებასა და ადგილობრივი კულტურული მემკვიდრეობის ჩვენებას და ბიზნეს ურთიერთობების გაუმჯობესებას დამკვეთსა და ხელოსანს შორის. ღონისძიების მიზანია ბუხარის ტურისტული შემოთავაზებების გაუმჯობესება და აბრეშუმის გზის ქვეყნებში უფრო მეტი ტურისტების მოზიდვა. მართალია თავდაპირველად ეს ფესტივალი ორიენტირებული იყო მხოლოდ უზბეკეთზე, თუმცა შემდეგ ის გაფართოვდა და მოიცვა ცენტრალური აზიის სხვა ქვეყნები, ასევე კავკასია და რუსეთი. თუმცა ეს ჯერ კიდევ არ გამხდარა ტურისტების მოზიდვის ძირითადი ატრაქცია ბუხარაში.

ფესტივალის შოუპროგრამა შეიცავს, როგორც უზბეკეთის ასევე სხვა მეზობელი ქვეყნების 40–მდე სახის ტრადიციულ პროდუქტსა და წეს–ჩვეულებას. სტუმრებს შეუძლიათ დააგემოვნონ და შეიძინონ ტრადიციული აღმოსავლური სანელებლები და ტკბილეული როგორცაა „ჰალვა“, ასევე შეუძლიათ უყურონ ეთნომოდისა და მუსიკალურ გადაცემებს, დაესწონ ხელნაკეთი ნივთების დამზადების პროცესს, რომელშიც შედის ულამაზესი ხალიჩები, აბრეშუმის ნაკეთობები, ქუდები, მუსიკალური ინსტრუმენტები, ტრადიციული უზბეკური მარიონეტები და სხვ. ტურისტებს ასევე საშუალება აქვთ ჩაერთონ უზბეკური სამზარეულოს ერთ–ერთი მნიშვნელოვანი კერძის– ფლავის, მომზადებასა და დაგემოვნებაში.

მხედველობაში მისაღები მოსაზრებები, რომლებიც ეხება საზოგადოებრივ პრაქტიკას,

რიტუალებსა და საზეიმო ღონისძიებებს

- ფესტივალი მთელი წლის განმავლობაში საჭიროებს მართვას და ბაზარზე პროფესიონალების არსებობას;
- გაერთიანებებმა, რომლებიც დაკავებულნი არიან ტურისტისული ნაკადებისა და მოძრაობის მართვით, უნდა გადაჭრან პოპულარული ღონისძიებებისა და ატრაქციების გადატვირთვის საკითხი და სხვ.
- სტანდარტიზაციის რისკი, რომელშიც რეგიონის ყველა ფესტივალი ერთნაირია, აცილებული უნდა იყოს მუდმივი მონიტორინგით.
- არსებობს კულტურული გაცვლის მრავალი შესაძლებლობები ტურისტებსა და თემებს შორის, ამ კატეგორიის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პროდუქტების მეშვეობით.

რელიგიური ტურიზმის სპეციფიკური ნოტა

რელიგიური ტურიზმის სპეციფიკას ძალიან მჭიდროდ უკავშირდება არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობა. განსაკუთრებით, აღსანიშნავია რელიგიური რიტუალები და საზეიმო ღონისძიებები, რომლებიც ხშირად დაკავშირებულნი არიან წარმატებულ ტურიზმთან.

რელიგიურ და კულტურულ ტურიზმს აქვთ პოტენციალი, რომ მშვიდობიანად გადაწყვიტონ გლობალური პრობლემები, აწარმოონ რელიგიათშორისი დიალოგი და მიაღწიონ კულტურის ურთიერთგაგებას და ტურიზმის მდგრად განვითარებას. მსოფლიო მასშტაბით, ორივე ფაქტორი გამოირჩევა დიალოგების ხელშემწყობი და კულტურული ურთიერთგაგების თვისებებით.

წარმოდგენილი მოსაზრებები შეიცავს არამატერიალური ძეგლების მართვის დეტალურ რეკომენდაციებს, არამედ ფოკუსირდება რელიგიური ტურიზმის ექსპერიმენტულ და სულიერ კომპონენტებზე. იმის გათვალისწინებით, რომ რელიგიურ ტურიზმში ღვთისმსახურების ადგილებს მოინახულებენ, როგორც რელიგიური ასევე არარელიგიური ადამიანები, რელიგიური ტურიზმის მიმართულები უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგ მოთხოვნებს:

- ხელი უნდა შეუწყოს ადგილობრივ ტურიზმსა და რელიგიურ ავტორიტეტებს შორის კონსტრუქციულ დიალოგს;
- ხელი უნდა შეუწყოს არამორწმუნეებს რელიგიური ადგილების მონახულებაში;
- სხვა რელიგიებისა და კულტურის მიმართ უნდა იყვნენ შემწყნარებლები, რათა შემცირდეს დაძაბულობა;
- პატივი უნდა სცენ ეთიკურ ღირებულებებს და სხვ;
- პიკის დროს ვიზიტორთა მაღალი რიცხვის მართვა განსაზღვრავს პოტენციურ ტევადობას, საგზაო მოძრაობის წესების ადაპტაციას და ჯანმრთელობისა და უსაფრთხოების სტანდარტების გამოყენებას;
- რელიგიური ტურიზმის დესტინაციისა და პროდუქტების მარკეტინგისა ეთიკური ღირებულებების პატივისცემა;
- რელიგიური ტურიზმის ინტეგრირება, პროდუქტის განვითარება და დესტინაციის მარკეტინგული სტრატეგიის მიმართულებები;
- რელიგიური ადგილების ავთენტურობის შენარჩუნება, რათა ვიზიტორებმა მიიღონ შთაბეჭდილებები;
- ტურისტული ინფორმაციისა და თარჯიმანთა მომსახურების მაღალი ხარისხის მიღწევა, რათა უზრუნველყოფილ იქნას რელიგიური რწმენებისა და პრაქტიკის შესაბამისი პრეზენტაცია;

- ხელი შეუწყოს სტუმრების უზრუნველყოფას ნაკლებად ცნობილ რელიგიურ ადგილებთან დაკავშირებული ინფორმაციით;
- მარტივი, გამჭვირვალე და არადისკრიმინაციული წესების შემუშავება სამუშაო დროის, ტანსაცმლის სტანდარტების, მრავალჯერადი შესასვლელი ბილეთების და ფასდაკლებებით შესვლის სქემის შესახებ;
- შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე ვიზიტორებისთვის სპეციალური ობიექტების შექმნა, მაგალითად, თაყვანისცემის ადგილებში ადვილად მისასვლელელები, ლიფტები და პარკირების ობიექტები, საპირფარეშოები, დაემატოს პანდუსები და ა.შ.

4. მუსიკა და საშემსრულებლო ხელოვნება

მართვის და პრეზენტაციის მრავალფეროვნების ძირითადი მიზანია იპოვოს ბალანსი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობას – დაკავშირებული მუსიკასა და საშემსრულებლო ხელოვნების ავთენტურობასა და ვიზიტორთა დაუვიწყარი შთაბეჭდილების შექმნას შორის. იმავე მიზანს ემსახურება რიგი სტრატეგიების შემუშავება პარტნიორობისთვის და დაფინანსების საკითხებისთვის, რომლებიც უზრუნველყოფს მათ გრძელვადიან წარმატებას. ამ სექციაში წარმოდგენილია არგენტინის, ჩინეთის, მექსიკის და სენეგალის მაგალითები(იხ.დანართი 1).

ქვემოთ მაგალითად მოყვანილია არგენტინის **საერთაშორისო ტანგოს ფესტივალი**²¹, რომელიც არგენტინაში ბუენოს აირესში ყოველწლიურად აგვისტოში ტარდება. იგი ქალაქის კულტურულ სიმბოლოს წარმოადგენს და ამ სახეობაში მთელს მსოფლიოში უდიდესი ფესტივალია, რომელიც 1997 წლიდან იმართება. 2009 წელს იუნესკოს წარმომადგენლებმა ტანგო შეიყვანეს კაცობრიობის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის წარმომადგენლობით სიაში. ღონისძიება მოიცავს მუსიკალურ გართობას, ექსკლუზიურ შესრულებებს, ორიგინალი პროდუქტების პრეზენტაციებს, სწავლებებს, სემინარებს, პროფესიონალი და ახალბედა მოცეკვავეების წარმოდგენებს. ფესტივალზე დასწრება თავისუფალია.

ფესტივალზე პასუხისმგებელი არიან არგენტინის კულტურის მინისტრი და ქალაქი ბუენოს აირესი - ფესტივალს მხარს უჭერენ ასევე ადგილობრივი ორგანიზაციები და კერძო სპონსორები ტურიზმის სექტორიდან. კულტურული ტურიზმის ოფისი შეიქმნა ამ ღონისძიების კომერციალიზაციისთვის, კერძოდ კი მათ ჩასართავად ტურისტულ პაკეტში, როგორცაა, სპეციალური VIP-პაკეტები ღვინის დეგუსტაციით. ასეთი ღონისძიებები ზრდის ბუენოს აირესის კულტურული ტურიზმის დონეს.

²¹ <http://tangousachampionship.com/>– უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული 10.06.2015.

ბუნოს აირესის ტურიზმის ობსერვატორიის მიხედვით, 2010 წელს ფესტივალს დაესწრო 100 000-ზე მეტი ადამიანი, ორჯერ მეტი ვიდრე 2008-ში. დამსწრე საზოგადოების 83% იყვნენ უცხოეთიდან, 31% ევროპიდან, 27% ლათინო ამერიკიდან, 20% ჩრდილოებით ამერიკიდან. უცხოელი ტურისტებისგან ფესტივალის შემოსავალმა დაახლოებით 100 მილიონი აშშ დოლარი შეადგინა, რაც დიდ გავლენას ახდენს ქალაქის ეკონომიკაზე. ბუნოს აირესი, ტანგოს ქალაქი, ინარჩუნებს ტანგოს ავთენტურობას.

გასათვალისწინებელი მოსაზრებები, რომლებიც ეხება მუსიკასა და საშემსრულებლო ხელოვნებას

- ეკონომიკური სტიმული, რომელსაც ტურიზმი იძლევა, თემებს შეიძლება დაეხმაროს მათი საშემსრულებლო ხელოვნების რევიტალიზაციაში.

- შესაბამისი ინფრასტრუქტურის შენებამ შეიძლება შეძლოს ახალი, ან გაცოცხლებული ძველი, კულტურული ღონისძიებების ორგანიზაცია.

- ღირებულებები დაკავშირებული საშემსრულებლო ხელოვნებასთან ვიზიტორებისთვის გასაგები უნდა იყოს; მათი ნამდვილობა უნდა შენარჩუნდეს, მაგრამ ხელის შეშლის გარეშე საჭიროა მისი განვითარება.

- სპეციფიკური კვალიფიკაციის ამაღლების პროგრამები უაღრესად მნიშვნელოვანია, რათა დაეხმაროს თემებს ივენთებით მათი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ჩვენებაში.

- სხვადასხვა კულტურის შემსრულებლების დასწრების პერსპექტივა ხელს უწყობს ადგილობრივ თემებს მათი მემკვიდრეობა განსხვავებული მიდგომით გაანალიზონ და ტურისტული შთაბეჭდილების მნიშვნელობაც გაზარდონ.

ტურიზმის წარმატებული განვითარება კულტურული მემკვიდრეობის ადგილებში დამოკიდებულია მემკვიდრეობის მენეჯერების, ტუროპერატორების ადგილობრივი მოსახლეობის და სხვა ინტერესთა ჯგუფების წარმომადგენელთა მოსაზრებების(თუნდაც განსხვავებულის) ცოდნაზე, რაც ნაყოფიერ საფუძველს შექმნის ურთიერთთანამშრომლობისთვის. მხოლოდ ამ გზით შეიძლება ტურიზმის ნეგატიური ზეგავლენის შემცირება და ძეგლების/ელემენტების მომავალი თაობებისთვის შენარჩუნება.

5. ზეპირი ტრადიციები და გამოხატვის ფორმები

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ეს კატეგორია მოიცავს კულტურის ზოგიერთ ფუნდამენტურ ასპექტს, როგორცაა ლეგენდები, მითები, ეპიკური სიმღერები და ლექსები, ლოცვები, საგალობლები და თაობიდან თაობას გადაცემული ზეპირსიტყვიერების

სხვა ელემენტები. თქმულებების მთლიანობაში წარმოდგენა და ინტერპრეტაცია ვიზიტორებისთვის ძალიან რთულია ისე, რომ მათი ცნობიერება და მასპინძელი საზოგადოების კულტურის გაზიარების სიხარული გააძლიეროს. მიუხედავად ამისა, თემების განვითარების ეფექტური მეთოდი შემუშავებულია არასამთავრობო ორგანიზაციებთან და სხვებთან მჭიდრო თანამშრომლობით, რათა ეს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა აკულტურაციასთან დაკავშირებით ხშირად მოხალისეთა (volunteer) ტურიზმთან ასოცირდება. ქვემოთ მოყვანილია საუდის არაბეთის, ტაილანდის, სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკის და ტანზანიის მაგალითები (იხ. დანართი 1).

ქვემოთ მოყვანილია საუდის არაბეთის სუქ ოკაზ (Souk Okaz) ფესტივალის²² მაგალითი რომელიც 2007 წლიდან ტარდება. ფესტივალი ქვეყნის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ერთ-ერთ ყველაზე მნიშვნელოვან მოვლენად ითვლება. იგი ტარდება ყოველ ივლისში ისტორიულ ადგილ Souq Okaz-ში, ქალაქ ალ-ტაიფთან ახლოს.

ღონისძიების ორგანიზებაში 1000-ზე მეტი ადამიანი ღებულობს მონაწილეობას, მათ შორის ადგილობრივი თემები და სხვადასხვა რეგიონები, ასევე მოსამართლეები და საჯარო სექტორიდან საორგანიზაციო კომიტეტები, რომელთაც საუდის არაბეთის ტურიზმისა და სიძველეთა კომისია უდგას სათავეში. კომისია აკონტროლებს ღონისძიების ავთენტურობის ბალანსს და კულტურულ ღირებულებებს, რომელიც უზრუნველყოფს დამაკმაყოფილებელ ტურისტულ გამოცდილებას. იგი ასევე აფინანსებს ფესტივალს სულ ექვსი მილიონი საუდის რიალით, ხოლო წმინდა ქალაქ მექას სამთავრო და ალ-ტაიფის ტურიზმის განვითარების საბჭო დამატებით ოთხ მილიონ საუდის რიალს გამოუყოფს. დაახლოებით სამ მილიონ საუდის რიალს იძლევა კულტურისა და ინფორმაციის სამინისტრო თეატრალური წარმოდგენების დასაფინანსებლად, ხოლო კერძო სექტორის დაინტერესებული მხარეები ასევე დამატებითი თანხებს გამოყოფენ.

ფესტივალი მიზნად ისახავს ისტორიული ბაზრის Souk Okaz-ის და მისი კულტურული ელემენტების აღდგენას, ყველაზე საინტერესოა კლასიკურ არაბულ პოეზიაში მხატვრული კითხვა, რომელიც ცნობილია როგორც ალ-მუალაქათი (Al-Muallaqat). აუდიტორია ესწრება არბიტრაჟის სხდომებს, საჯარო გამოსვლებს, კონკურსებს და უსმენს ლეგენდებსა და ისტორიებს. ნაჩვენებია ფოლკლორული ხელოვნების ცოცხალი წარმოდგენები (ცეკვა, სიმღერა და ტრადიციული საგალობლები), კომერციული აქლემების ქარავანი, ხელნაკეთობების წარმოება და გაყიდვები. კულტურული ტრადიციები ტრადიციული ინსტრუმენტებით, რეკვიზიტითა და კოსტიუმებით, კმ სიგრძის გამზირის გასწვრივ, რომელიც ცნობილია,

²² <http://www.scta.gov.sa/en/Programs-Activities/Programs/Pages/Souk-Okaz.aspx>—უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული 10.06.2015.

როგორც Jadt Okaz, რომელიც სცენად ემსახურება. ეწყობა კონკურსები, როგორც კლასიკური არაბული პოეზიის კონკურსი, ახალგაზრდული პოეზიის კონკურსი, და ასევე ორგანიზებული ფერწერის, ფოლკლორისა და ხალხური რეწვის კონკურსები.

ღონისძიება იძლევა ტურიზმის დაუვიწყარ შთაბეჭდილებას, რომელიც წარმოდგენილია ავთენტური წესით. ამგვარად, ის გაცოცხლებული და ხორცშესხმულია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის Souk Okaz-ის სხვადასხვა ელემენტებით. ტურისტები იძენენ მასშტაბურ და საფუძვლიანი ცოდნას Souk-ის და მისი ჩვეულებების, ასევე საუდის არაბეთის საზოგადოების ყოველდღიურ ცხოვრების(წარსულსა და აწმყოში).

საუდის არაბეთის ტურიზმისა და სიძველეთა კომისიის კვლევების მიხედვით ჩანს, რომ Souk Okaz გახდა ტურისტული ცენტრი. აქ ვიზიტორთა რაოდენობა 2008 წელს გაიზარდა 180,000-მდე, 2009 წელს 224.480-მდე და 2010 წელს თითქმის 250,000-მდე. მან ადგილობრივ საზოგადოებაზე დადებითი ეკონომიკური ზეგავლენა მოახდინა, რომელმაც განაპირობა ფესტივალის მუდმივ ღონისძიებად დაწესება. მათი წლიური ბიუჯეტი 40-80 მილიონი საუდის რიალით გაიზარდა მათი ტურისტულ საქმიანობაში მონაწილეობის შედეგად. საზოგადოების წევრების ინდივიდუალური შემოსავალიც გაიზარდა, ოჯახის სამი წევრის ყოველდღიურმა ხარჯებმა საშუალოდ 1,330 რიალს მიაღწია. ღონისძიებები ხელს უწყობდა ადგილობრივი საზოგადოებისა და მონაწილეთა გაძლიერებას შემოსავლებისა და ხელნაკეთი კომერციის ზრდით. კიდევ უფრო მნიშვნელოვანია, რომ ფესტივალმა წარმატებით გააცოცხლა ისტორიული სუქ-ის(Souk) არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა და მნიშვნელოვანი როლი ითამაშა არაბული ენისადმი ინტერესმა და მისმა კლასიკურმა პოეზიამ.

მხედველობაში მისაღები მოსაზრებები, რომლებიც ეხება ზეპირსიტყვიერების ტრადიციებს და გამოხატვის ფორმებს, ენას არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მატარებლის ჩართვით

- ზეპირი ტრადიციები მნიშვნელოვანია კულტურული თვითმყოფადობის, მრავალფეროვნების და ცოდნის გადაცემის შენარჩუნებისთვის და ძალიან მგრძობიარეა გარე ფაქტორებისადმი, მათ შორის ტურიზმისადმი;

- სასოფლო და საქალაქო მიგრაციამ შეიძლება ხელი შეუშალოს და საფრთხე შეუქმნას ზეპირი ტრადიციების გადაცემას. ტურიზმის განვითარებას ფესტივალებისა და კულტურული ცენტრების შექმნის გზით შეუძლია შექმნას ახალი სამუშაო ადგილები;

- არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კატეგორია ძნელი წარმოსადგენია ტურისტებისთვის, საჭიროა ახალი მიდგომები, როგორცაა: არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ინტერპრეტაცია და პრეზენტაცია სტუმართა კმაყოფილების მონიტორინგის

თვალსაზრისით ან სპეციალურად შექმნილი ობიექტები, როგორცაა თეატრები და წარმოდგენების ჩასატარებლად გამოყოფილი ადგილები და კულტურული სივრცეები.

6. გარე სამყაროსთან დაკავშირებული გამოცდილება

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ცოდნისა და პრაქტიკის კატეგორია, რომელიც დაკავშირებულია ბუნებასთან და გარე სამყაროსთან, ძნელი წარსადგენია ტურისტებისთვის. ეს განსაკუთრებით იმ შემთხვევაში, როდესაც ისეთი ვიზიტორები მოდიან, რომლებიც კულტურულად შორს არიან მასპინძელი საზოგადოებისგან, რომელიც პრობლემას უქმნის ტურიზმის პროდუქტის დეველოპერებს. თუმცა, მიზანმიმართული კულტურული ტურისტების დიდი რაოდენობა ცდილობს ვიზიტამდე გაეცნოს ინფორმაციას თემებსა და პრაქტიკის შესახებ და შეაფასოს მათი მასპინძლების შეხედულებები. ქვემოთ მოყვანილია ავსტრალიის, ბრაზილიის, ჩილეს და სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკის მაგალითები(იხ.დანართი 1).

ქვემოთ მაგალითად მოყვანილია **ინდიელების კოსმოლოგიის ტურები, მანაუს, ბრაზილიაში**²³. ტერიტორია დასახლებული დესანო ტრიბალ ჯგუფის მიერ მდებარეობს ბრაზილიაში მანაუსგან 40 კილომეტრში. კოსმოლოგიის ტურები დაიწყო 2000 წელს, როდესაც ამაზონის ერთ-ერთმა სასტუმრომ საჭიროდ ჩათვალა ახალი ტურისტული ატრაქციის შექმნა. ის დაუკავშირდა ჯგუფის ხელმძღვანელს და ერთად დაგეგმეს სარიტუალო ტურ-პროდუქტი, რაც საზოგადოებისთვის მნიშვნელოვანი შემოსავლის წყარო გახდა. სასტუმროს მფლობელმა გაითვალისწინა თავდაპირველი დაფინანსება და სასტუმროს მომხმარებლებს საზოგადოებასთან ურთიერთობის საშუალება მისცა.

საერთო ჯამში ამ პროექტს 4 ძირითადი მიზანი აქვს, კერძოდ, კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნება, დამატებითი შემოსავლის მიღება სოფლის ტურებისა და ხელნაკეთი ნივთების გაყიდვებით, კულტურულ გაცვლაში ტურისტების ხელშეწყობა, ტომის წევრებისთვის სტიმულირების უზრუნველყოფა, რათა დარჩნენ თავიანთ ტერიტორიებზე.

ტურისტები მიწვეული არიან მთავარ მალოკაზე(maloca) და ამ ცეკვის რიტუალში მონაწილეობის მისაღებად, სადაც დესანო კოსმოლოგია - მათი ახსნა, თუ როგორ შეიქმნა სამყარო, - განმარტებულია ცეკვის ოთხი გასაღების მეშვეობით. ყველა თაობის წარმომადგენლები ჩართული არიან სპექტაკლებში, დაწყებული სოფლის უხუცესებით(წმინდა ცეცხლით ანათებენ), ზრდასრული მამაკაცები და ქალები(ცეკვავენ და უკრავენ წმინდა ინსტრუმენტებზე), ბავშვებით დამთავრებული(უკრავენ ინსტრუმენტებზე ან უყურებენ სპექტაკლებს).

²³ <http://whc.unesco.org/en/tentativelists/>- უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული 10.06.2015.

როდესაც ტომი იღებს სტუმრებს სხვა თემიდან, მათ ტრადიციულად მიესალმებიან და მათი რიტუალები, როგორც წესი, 24 საათს გრძელდება. ტურისტის შემთხვევაში, Dessano ეპატიჟება ადგილობრივი ღვთაებისადმი ცეკვაში მონაწილეობის მისაღებად. რიტუალის შესრულება გრძელდება დაახლოებით საათი და აძლევს ვიზიტორებს შეგრძნებას, რომ სასურველი სტუმრები არიან ავთენტურ ამაზონის სოფელში. თემის წევრები გამოფენენ ხელნაკეთ ნივთებს, რომელთა უმეტესობა იყიდება.

იმ დროიდან, რაც პროექტი დაიწყო სოფელი სტუმრებს იღებს ყოველდღიურად. ეს მონაცემები ოფიციალურად დათვლილი არ ყოფილა, მაგრამ დაახლოებით 20-30 ვიზიტორი სტუმრობს ამ ადგილს ყოველ დღე. ყველა ტურისტი იხდის გადასახადს, რაც ხელს უწყობს საზოგადოების ეკონომიკურ კეთილდღეობას. ზეპირი ტრადიციების შენარჩუნებას და გადაცემას, ხელს უწყობს ადგილობრივი ფოლკლორის წარდგენა ვიზიტორებისთვის. ბავშვები, რომლებმაც თავიანთი მშობლებისგან სხვადასხვა რიტუალი ისწავლეს სიამოვნებით ასრულებენ მათ, რაც ტრადიციების შენახვას განაპირობებს.

მხედველობაში მისაღები მოსაზრებები, რომლებიც უკავშირდება გარე სამყაროსთან დაკავშირებულ გამოცდილებას

- ტურიზმის მარკეტინგის შემქმნელებმა უნდა წარმოაჩინონ თემების სულიერი და კულტურული ღირებულებებისადმი პატივისცემა და ადგილობრივებთან ერთად განავითარონ ტურიზმი, რომლის საბოლოო მიზანია, როგორც კულტურის განვითარება ისე დასაქმების დონის ამაღლება;
- ტურისტული პროექტის განვითარებაში, თუ ეს გავლენას ახდენს საზოგადოების სულიერ ცხოვრებაზე, თავიდანვე უნდა იყონ ჩართული განსაკუთრებით ამ საზოგადოების ლიდერები;
- ტურიზმის მოთხოვნები მისადაგებულ უნდა იქნეს ადგილობრივი თემების ცხოვრებასთან და მათი თანხმობით დაიგეგმოს ტურები.

1.3. არამატერიალური კულტურული რესურსების მართვის თავისებურებანი ტურიზმში

კულტურული მემკვიდრეობა (როგორც მატერიალური ისე არამატერიალური) კულტურის სფეროს მნიშვნელოვანი შემადგენელი ნაწილია და ამიტომ მის დაცვა-განვითარებას სათანადო ყურადღება მუდმივად უნდა ექცეოდეს. გარემოებათა გამო, მსოფლიოში შეიძლება ითქვას ათეული წლების განმავლობაში მატერიალური კულტურული

მემკვიდრეობის დაცვისა თუ პოპულარიზაციის თემები წინა პლანზე იყო წამოწეული, ხოლო არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის საკითხებს შედარებით ნაკლები ყურადღება ექცეოდა. თუმცა, ამ ბოლო ხანს მდგომარეობა შეიცვალა და მატერიალურთან ერთად არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის საკითხებიც პოპულარული გახდა. საერთაშორისო გამოცდილება ადასტურებს, რომ მსოფლიოში არამატერიალური კულტურული რესურსების გამოყენებისადმი ინტერესის მნიშვნელოვნად გაზრდა მრავალი, როგორც ეკონომიკური, ისე სოციალურ-ფსიქოლოგიური ფაქტორითაა განპირობებული. სავარაუდოა, რომ ეს ინტერესი, მომავალში კიდევ უფრო შესამჩნევი გახდება. ამას მოწმობს ამ მიმართულებით კულტურისა და ტურიზმის საერთაშორისო ორგანიზაციების საქმიანობის გააქტიურება.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის თვალსაზრისით შეიძლება გამოვყოთ რამდენიმე დონე, ესენია: **საერთაშორისო, ეროვნული, რეგიონული (პროვინციების) და მუნიციპალური დონეები.** საერთაშორისო დონეზე განიხილება მსოფლიოს მასშტაბით არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-განვითარების საკითხები, მიიღება გადაწყვეტილებები, მუშავდება ტრანსნაციონალური პროგრამები და პროექტები, რომელთა რეალიზაცია ხდება მართვის ზემოაღნიშნულ დონეებზე სხვადასხვა ქვეყანაში განთავსებული შესაბამისი სათაო ოფისების საერთო ხელმძღვანელობით. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის **ეროვნულ** დონეზე, ხელისუფლების ყველა შტოს გაერთიანებული ძალისხმევით წყდება ქვეყანაში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის აღრიცხვის, შენახვა-დაცვის, პოპულარიზაციის და სხვა საკითხები. ამ საქმიანობაში სრულად არის ჩართული მართვის **რეგიონული (პროვინციების) და მუნიციპალური** დონეები. მართვის ნებისმიერ დონეზე აუცილებელია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მნიშვნელობის წარმოჩინება და ადგილობრივი მოსახლეობის თვითშეგნებისა და სიამაყის განცდის გამყარება. სამწუხაროდ, არცთუ იშვიათად, მოსახლეობას ბოლომდე არ აქვს გაცნობიერებული თუ რამდენად ძვირფასია ესა თუ ის კულტურული ობიექტი. ამიტომ, მათთან ახსნა-განმარტებითი მუშაობა აუცილებელია.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვაში **მუნიციპალური** დონის როლი ფრიად მნიშვნელოვანია. მუნიციპალიტეტის გამგეობის შესაბამისი სამსახური ვალდებულია კარგად იცნობდეს მის სამოქმედო არეალში (თემებში, სოფლებში, ქალაქებში) არსებული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-შენახვის თუ პოპულარიზაციის ფაქტიურ მდგომარეობას, ამ სფეროში არსებულ პრობლემებს, მათ ასევე კარგად უნდა იცოდნენ თუ რა უნდა გაკეთდეს მათ გადასაჭრელად. ისინი აქტიურად უნდა იყვნენ ჩართულნი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის განვითარების, შესაბამისი

პროექტებისა და პროგრამების მომზადებისა და რეალიზაციისათვის აუცილებელი ღონისძიებების (მაგალითად, საჭირო ფინანსების მოზიდვისათვის ზრუნვა და ამ მიზნით სახელმწიფო სტრუქტურებთან, ბიზნესთან, ცალკეულ დაინტერესებულ პირებთან საქმიანი ურთიერთობების დამყარება) განხორციელებაში.

ქვეყნების არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის პროცესში უმაღლესი დონის ხელისუფლების წარმომადგენლებთან ერთად აქტიურად არის ჩაბმული საჯარო, არასამთავრობო, კერძო ორგანიზაციები, კერძო პირები. საერთაშორისო პრაქტიკა აჩვენებს, რომ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის, პოპულარიზაციისა და ამ პროცესების მართვის მიზნით ქვეყნებში შექმნილია ერთი ან რამდენიმე კომპეტენტური ორგანო-სამთავრობო სტრუქტურა, რომელსაც ამ მიმართულებით საქმიანობის კოორდინაციასთან ერთად ტრანსნაციონალური პროგრამების განხორციელებაში მონაწილეობაც ევალება.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის მიზნები განსაზღვრულია 2003 წელს გაერთიანებული ერების განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის ორგანიზაციის (UNESCO), გენერალური კონფერენციის 32-ე სესიაზე მიღებულ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის კონვენციაში, რომელიც ამ სახეობის კულტურულ მემკვიდრეობას განიხილავს, როგორც კულტურული მრავალფეროვნების წყაროს და მისი მდგრადი განვითარების გარანტს.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა ორ - ეროვნულ და საერთაშორისო დონეზე ხორციელდება. ეროვნულ დონეზე, კონვენციის წევრი ქვეყანა უზრუნველყოფს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შემადგენელი ელემენტების იდენტიფიცირებას; საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფების, ინსტიტუციების, არასამთავრობო ორგანიზაციების ჩართულობას არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვასა და აღორძინებაში.

დღეისათვის 20.01.2016 წლის მონაცემებით²⁴ მსოფლიოს 166 ქვეყანა მიერთებულია აღნიშნულ კონვენციას და აქტიურად თანამშრომლობს ამ საერთაშორისო პლატფორმის გამოყენებით. კონვენციის მიღებას წინ უძღოდა UNESCO-ს მიერ 2001 წლის 18 მაისს, კაცობრიობის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ხელთუქმნელი შედეგების ნუსხის დამტკიცება. საყურადღებოა, რომ ამ ნუსხაში მსოფლიოს 19 უმნიშვნელოვანეს ნიმუშთან ერთად, ქართული ტრადიციული მრავალხმიანობაც იქნა შეტანილი.

²⁴ www.unesco.org/culture/ich//en/states-parties-00024 უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული 25.01.2016.

კონვენციის მიზნებია:

ა) არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა;

ბ) შესაბამისი გაერთიანებების, ჯგუფებისა და ცალკეული პირების მიერ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პატივისცემა;

გ) არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მნიშვნელობასა და მის ურთიერთდაკავშირებაზე ყურადღების გამახვილება ადგილობრივ, ეროვნულ და საერთაშორისო დონეზე;

დ) საერთაშორისო თანამშრომლობა და დახმარება.

თითოეული მონაწილე სახელმწიფო („მონაწილე სახელმწიფო“ ნიშნავს ქვეყნებს, რომლებიც მიერთებულნი არიან წინამდებარე კონვენციას) შექმნილი სიტუაციის გათვალისწინებით, დაცვის მიზნით და იდენტიფიკაციის უზრუნველსაყოფად ადგენს მის ტერიტორიაზე არსებული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ერთ ან რამდენიმე ჩამონათვალს. მსგავსი ჩამონათვალი რეგულარულ განახლებას ექვემდებარება.

თითოეული მონაწილე სახელმწიფო, მის ტერიტორიაზე არსებული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის, განვითარებისა და როლის ამაღლების უზრუნველყოფის მიზნით:

ა) ატარებს საერთო პოლიტიკას, რომელიც მიზნად ისახავს საზოგადოებაში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის როლის ამაღლებასა და ამ მემკვიდრეობის დაცვის სპეციალურ პროგრამებში ჩართვას;

ბ) ნიშნავს ან ქმნის ერთ ან რამდენიმე კომპეტენტურ ორგანოს მის ტერიტორიაზე არსებული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის მიზნით;

გ) არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის, კერძოდ, საფრთხის წინაშე არსებული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეფექტიანობის მიზნით ხელს უწყობს კვლევების ჩატარებას სამეცნიერო, ტექნიკურ და ხელოვნებათმცოდნეობის დარგებში, ასევე სამეცნიერო-კვლევითი მეთოდოლოგიის შემუშავებას;

დ) იღებს შესაბამის იურიდიულ, ტექნიკურ, ადმინისტრაციულ და ფინანსურ ზომებს, რომელთა მიზანია:

- ხელი შეუწყოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის სფეროში კადრების მომზადების მიზნით შესაბამისი ინსტიტუტების შექმნას ან განმტკიცებას, აგრეთვე ამ მემკვიდრეობის გავრცელებას ფორუმების მეშვეობით, რომლებიც ითვალისწინებს მათ წარმოჩენას და გაცნობას;

- უზრუნველყოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ხელმისაწვდომობა იმ არსებული პრაქტიკის გამოყენებით, რომელიც განსაზღვრას ამგვარი მემკვიდრეობის ამა თუ იმ ასპექტის ხელმისაწვდომობის წესებს;

- შექმნას არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დოკუმენტაციაზე მომუშავე დაწესებულებები და გაადვილოს მისი ხელმისაწვდომობა.

თითოეული მონაწილე სახელმწიფო, იყენებს რა მის განკარგულებაში არსებულ საშუალებებს, თავის ძალისხმევას მიმართავს შემდეგზე:

ა) საზოგადოების მიერ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის აღიარების, პატივისცემისა და მისი როლის ამაღლების უზრუნველყოფა შემდეგი საშუალებებით:

- საგანმანათლებლო, საინფორმაციო და შემეცნებითი პროგრამებით, აგრეთვე საზოგადოების, განსაკუთრებით ახალგაზრდების ინფორმირებით;

- დაინტერესებული გაერთიანებებისა და ჯგუფებისათვის კონკრეტული საგანმანათლებლო და შემეცნებითი პროგრამების შეთავაზებით;

- არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვისა და გამოყენების მიზნით მართვისა და სამეცნიერო კვლევების სფეროებში სპეციალური ღონისძიებების გატარებით;

- ცოდნის გადაცემის არაფორმალური მეთოდებით;

ბ) საზოგადოების ინფორმირება იმ საფრთხის შესახებ, რომელიც ემუქრება ამგვარ მემკვიდრეობას, ასევე წინამდებარე კონვენციის შესაბამისად განხორციელებული ღონისძიებების შესახებ;

გ) ინფორმაციის მიწოდება ისეთი ბუნებრივი სივრცეებისა და ღირსშესანიშნავი ადგილების შესახებ, რომელთა არსებობა აუცილებელია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის წარმოჩენისათვის.²⁵

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის მიზნით განხორციელებული ღონისძიებების ფარგლებში, თითოეული მონაწილე სახელმწიფო უზრუნველყოფს გაერთიანებების, ჯგუფებისა და, შესაბამის შემთხვევებში ცალკეული პირების შეძლებისდაგვარად ფართო მონაწილეობას, რომლებიც დაკავებულნი არიან მემკვიდრეობის შექმნით, შენარჩუნებითა და გადაცემით, და ასევე, მათ აქტიურ ჩართვას ამ მემკვიდრეობის მართვაში.

მონაწილე სახელმწიფოები, თავიანთი ეროვნული კანონმდებლობისა და ჩვეულებითი სამართლის ნორმებისათვის ზიანის მიუყენებლად, აღიარებენ, რომ არამატერიალური

²⁵ საერთაშორისო კონვენცია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის შესახებ, მუხლი 14.

კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა კაცობრიობის საერთო ინტერესს წარმოადგენს და, ამ მიზნით, იღებენ ორმხრივ, ქვერეგიონულ, რეგიონულ და საერთაშორისო დონეებზე თანამშრომლობის ვალდებულებას.

წინამდებარე კონვენციასთან მიერთება შეუძლია იუნესკოს არაწევრ ყველა სახელმწიფოს, რომლებსაც ორგანიზაციის გენერალური კონფერენცია სთავაზობს ამ კონვენციასთან მიერთებას.(მუხლი33)

ყოველი მონაწილე სახელმწიფო ვალდებულია:

ა) მიიღოს აუცილებელი ზომები მის ტერიტორიაზე არსებული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის უზრუნველსაყოფად;

ბ) გაერთიანებების, ჯგუფებისა და შესაბამისი არასამთავრობო ორგანიზაციების მონაწილეობით, მე-2 მუხლის მე-3 პუნქტში („დაცვა“ ნიშნავს ზომების მიღებას იმ მიზნით, რომ უზრუნველყოფილი იყოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სიცოცხლისუნარიანობა, მათ შორის მისი იდენტიფიკაცია, დოკუმენტირება, კვლევა, შენარჩუნება, დაცვა, პოპულარიზაცია, მისი როლის ამაღლება და მისი გადაცემა უმთავრესად ფორმალური და არაფორმალური განათლების მეშვეობით, აგრეთვე ასეთი მემკვიდრეობის სხვადასხვა ასპექტის აღორძინება) მითითებული დაცვის ზომების ფარგლებში, მოახდინოს მის ტერიტორიაზე არსებული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სხვადასხვა ელემენტის იდენტიფიცირება და განსაზღვრა.

რატომ ტურიზმი და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა?

ამ კითხვაზე მოკლე და პირდაპირი პასუხი ასეთია: კულტურული ტურიზმი, ასევე მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა კულტურისა და ტურიზმის, როგორც ეკონომიკისა და სოციალური სფეროს ორი დარგის მნიშვნელოვანი მიმართულებებია, რომლებიც ერთმანეთთან მჭიდროდ არის დაკავშირებული და განვითარების საერთო მიზნებიც აქვთ.

როგორც უკვე აღინიშნა „არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა“ ნიშნავს ადათ-წესებს, წარმოსახვისა და გამოხატვის ფორმებს, ცოდნასა და უნარ-ჩვევებს, – ასევე მათთან დაკავშირებულ საშუალებებს, საგნებს, არტეფაქტებს და კულტურულ სივრცეებს, – აღიარებულს გაერთიანებების, ჯგუფებისა და, ზოგიერთ შემთხვევაში, ცალკეული პირების მიერ მათი კულტურული მემკვიდრეობის ნაწილად, თაობიდან თაობაში გადაცემული ასეთი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა გაერთიანებებისა და ჯგუფების მიერ მუდმივ განახლებას განიცდის მათი გარემო პირობების, ბუნებასთან მათი ურთიერთმოქმედებისა და ისტორიის შესაბამისად და აყალიბებს მათში თვითმყოფადობისა და მემკვიდრეობის გრძნობას,

რითაც ხელს უწყობს კულტურათა მრავალფეროვნებისა და ადამიანის შემოქმედების პატივისცემას“.²⁶

ტრადიციების ეს გლობალური სიმდიდრე მოგზაურობის ერთ-ერთი ძირითადი მოტივაცია გახდა, განსაკუთრებით იმ ტურისტებისთვის, რომლებსაც აინტერესებთ ახალი კულტურები და საშემსრულებლო ხელოვნება, ხალხური რეწვა, რიტუალები, სამხარეულოს გამოცდილება და ბუნებისა და სამყაროს შეცნობა. 2011 წელს აღინიშნა მსოფლიო ტურიზმის დღე "ტურიზმი - აკავშირებს კულტურებს", კულტურული ურთიერთქმედებებით გამოწვეული ასეთი „შეჯახებები“ დიალოგს მოითხოვს, უზრუნველყოფს ურთიერთგაგებას და, თავის მხრივ, ხელს უწყობს შემწყნარებლობისა და მშვიდობის უზრუნველყოფას. ტურიზმის სექტორის წინაშე მდგარ ერთ-ერთ ამოცანას წარმოადგენს ტურიზმის განვითარების გზით არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის იდენტიფიცირებაში, დაცვასა და შენარჩუნებაში წვლილის შეტანა.

ტურიზმში ცოცხალი მემკვიდრეობის გამოყენების ხელშეწყობას შეუძლია შექმნას ახალი სამუშაო ადგილები, დაეხმაროს სიღარიბის დაძლევას, შეამციროს სოფლის ახალგაზრდა და ნაწილობრივ-დასაქმებული მოსახლეობის მიგრაცია და გააძლიეროს თემებს შორის სიამაყის გრძნობა. ტურიზმი ასევე არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვისა და შენარჩუნებისთვის ძლიერ სტიმულს იძლევა; შესაბამისად მიღებული შემოსავლები შეიძლება მიმართულ იქნას გრძელვადიან პერსპექტივაში მისი გადარჩენის ინიციატივებში. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვა უნდა ხდებოდეს მიზანმიმართულად, რათა შეძლოს სულ უფრო გლობალიზებულ სამყაროში გადარჩენა. ნამდვილი პარტნიორული ურთიერთობა თემებს, ტურიზმისა და მემკვიდრეობის სექტორებს შორის შეიძლება მხოლოდ მაშინ მოხდეს, თუ ყველა მხარე ერთმანეთის მისწრაფებებისა და ღირებულებების შეფასებას შეძლებს. ტურიზმის დაინტერესებულმა მხარეებმა აუცილებლად უნდა შეიძინონ ცოდნა კულტურული მემკვიდრეობის მართვის პრაქტიკის შესახებ, ხოლო მემკვიდრეობის მენეჯერებმა უნდა გაარკვიონ ტურიზმისა და მისი საქმიანობის ფორმის(მოდუს ოპერანდი) რთული ფენომენი. ორივე მხარეს საერთო ინტერესის შექმნა კულტურული ღირებულებების მიმართ შეუძლია ურთიერთთანამშრომლობითა და მჭიდრო ურთიერთკავშირით ადგილობრივ თემებთან, მსოფლიოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის საბოლოო მატარებლებთან.

²⁶ საერთაშორისო კონვენცია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის შესახებ, პარიზი, 2003 წ. 17 ოქტომბერი, რატიფიცირებულია საქართველოს პარლამენტის 2007 წლის 4 დეკემბერის N 5535 – II ს დადგენილებით.

”ტურიზმის გლობალური ეთიკური კოდექსი” (მსოფლიო ტურისტული ორგანიზაციის გენერალური ასამბლეა, სანტიაგო, ჩილე, 1999 წლის 1 ოქტომბერი) ტურიზმს განიხილავს, როგორც:

- ინდივიდუალური და კოლექტიური სრულყოფის ფაქტორს;
- მდგრადი განვითარების ფაქტორს;
- სფეროს, რომელიც იყენებს **კაცობრიობის კულტურულ მემკვიდრეობას** და შეაქვს თავისი წვლილი მის გამდიდრებაში;
- საქმიანობას, რომელიც ერთნაირად სასარგებლო და მომგებიანია მასში მონაწილე ქვეყნებისა და ხალხებისათვის.

ზემოაღნიშნულს გარდა, ტურიზმის, როგორც დარგის პრაგმატული, გამოყენებითი მხარის ანალიზზე დაყრდნობით, შეგვიძლია აღვნიშნოთ, რომ თანამედროვე მოთხოვნების შესაბამისად მისი განვითარება სახელმწიფოს და რაიონს მთლიანად, როგორც დაინტერესებულ(მონაწილე) მხარეს, უქმნის შესაბამისი სტიმულების ნაირსახეობას, ესენია:

- ახალი სამუშაო ადგილები და საწარმოები;
- დამატებითი შემოსავლები;
- ადგილობრივი პროდუქციისათვის ახალი გასაღების ბაზრები;
- ინფრასტრუქტურის, ასევე კომუნალური მომსახურების ობიექტებისა და სამსახურების მოდერნიზაცია;
- ახალი პროფესიები და ტექნოლოგიები;
- საზოგადოების მიერ გარე სამყაროსა და კულტურული მემკვიდრეობის პრობლემებისა და მათი დაცვის აუცილებლობის საფუძვლიანი გაგება;
- ახალი მიდგომები მიწათსარგებლობაში.

იმისათვის, რომ ტურიზმმა როგორც მატერიალური ისე არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-პოპულარიზაციის საქმეში თავისი როლი წარმატებით შეასრულოს აუცილებელია მისი, როგორც მნიშვნელოვანი დარგისადმი სახელმწიფო რეგულირების გაძლიერება იმ მიმართულებებით, როგორცაა:

1. ნორმატიული და საკანონმდებლო აქტების შექმნა, რომლებიც მიმართულია ტურისტული ინდუსტრიის სფეროში ურთიერთობების მოსაწესრიგებლად და გასავითარებლად;
2. ტურპროდუქტის სტიმულირება შიდა და მსოფლიო ბაზრებზე;
3. ტურისტული ინდუსტრიის ლიცენზირება და სტანდარტიზაცია, ტურისტული პროდუქტის სერთიფიკაცია;

4. ტურისტების უფლებებისა და ინტერესების დაცვა და მათი უსაფრთხოების უზრუნველყოფა;

5. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სოციალურ-კულტურული სივრცის დაცვა;

6. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მატარებლების უფლებების დაცვა;

7. ხელსაყრელი პირობების შექმნა ინვესტიციების მოზიდვისათვის, საგადასახადო და საბაჟო რეგულირებისათვის;

8. ტურიზმის ინფრასტრუქტურის განვითარება, მთ შორის ტრანსპორტის და კომუნიკაციების;

9. პირობების შექმნა ტურისტული საწარმოების ხელმძღვანელების და პერსონალის სწავლებისათვის;

10. ტურისტული ფირმებისათვის შეღავათიანი საგადასახადო რეჟიმის უზრუნველყოფა და სხვა.

ტურიზმის განვითარების მხარდასაჭერად მსოფლიოს მთელ რიგ ქვეყნებში გამოიყენება შემდეგი ადმინისტრაციული და ეკონომიკური მექანიზმები:

1. საგადასახადო შეღავათები, სუბსიდიები, დოტაციები;

2. ეროვნული საკანონმდებლო და ნორმატიული აქტები, რომლებიც ხელს უწყობენ ტურიზმის განვითარებას და იცავენ ტურისტული მომსახურების მომხმარებლების უფლებებს;

3. ქვეყანაში შესვლისას და გასვლისას საპასპორტო სავიზო შეზღუდვების შემცირება;

4. არასეზონური ტურიზმის სტიმულირება სხვადასხვა სახის ფასდაკლებებით და შეღავათებით;

5. სოციალური ტურიზმის განვითარება და ხელშეწყობა;

6. ტურისტების უსაფრთხოების ნორმების გაძლიერება;

7. სახელმწიფოს მიერ გარემოს, კულტურული და ისტორიული მემკვიდრეობის დაცვის გაძლიერება და სხვა²⁷.

ტურიზმისა და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ UNESCO-ს მიერ ჩატარებული კვლევის საფუძველზე გამოიყო შემდეგი ამოცანები:

• ტურიზმისა და არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობას შორის ურთიერთობის საბაზისო კვლევის, მათ შორის, რისკებისა და შესაძლებლობების უზრუნველყოფა;

²⁷ ქობლიანიძე, მელაძე, ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი, 2012, გვ. 164-166.

- ტურიზმისა და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის განვითარების თვალსაზრისით, მთავრობის ხელმძღვანელობით მიმდინარე საქმიანობის, საჯარო-კერძო პარტნიორობისა და სათემო ინიციატივების გამოკვლევა;

- არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის საფუძველზე შექმნილი ტურისტული პროდუქტების შემუშავების, მართვისა და მარკეტინგის პრაქტიკული ნაბიჯების განხილვა;

- UNESCO-ს წევრი ქვეყნებიდან შესაბამისი თემატური კვლევისა(case studies) და საუკეთესო პრაქტიკის/მაგალითების(best practice) წარმოდგენა; ტურიზმის პოლიტიკოსებისა და სხვა დაინტერესებული მხარეებისთვის სახელმძღვანელო პრინციპების რეკომენდაცია, „სავარაუდო ქმედებები“ ხელს შეუწყობს ტურიზმის განვითარებით არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვას.

- თემატური კვლევებისა და საუკეთესო პრაქტიკის ნაკრების მეშვეობით, რომელიც აღებულია ხუთი კონტინენტიდან, ანგარიში სთავაზობს სიღრმისეულ ინფორმაციას და ხელისუფლების ხელმძღვანელობით ქმედებების, საჯარო-კერძო და სათემო ინიციატივების ანალიზს.

ხარისხიანი ტურიზმისათვის აუცილებელი პირობაა კარგად შემონახული მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა.

მსოფლიოს ქვეყნების მიხედვით არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვისა და კულტურულ ტურიზმში მათი გამოყენების პრაქტიკა ერთგვაროვანიც არის და განსხვავებულიც. როგორც აღვნიშნეთ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის კონვენცია არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობას განიხილავს, როგორც კულტურული მრავალფეროვნების წყაროს და მისი დაცვა-აღორძინების მართვა-რეგულირება კონვენციას მიერთებული ქვეყნების პირდაპირი მოვალეობაა.

ეროვნულ დონეზე, კონვენციის წევრი ქვეყანა ხელისუფლების შტოების ფართო მონაწილეობით უზრუნველყოფს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შემადგენელი ელემენტების იდენტიფიცირებას; საზოგადოების სხვადასხვა ჯგუფების, ინსტიტუციების, არასამთავრობო ორგანიზაციების, კერძო პირების ჩართულობას არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვასა და აღორძინებაში. განვიხილოთ რამდენიმე მაგალითი.

ავსტრიის ფედერალურ ხელისუფლებაში ერთ-ერთი წამყვანი სამინისტროა ხელოვნების, კულტურის, კონსტიტუციისა და მასმედიის სამინისტრო. 2015 წლის 1 მაისიდან სამინისტრო მოიცავს სხვადასხვა განყოფილებებს:

განყოფილება II / 1 - ვიზუალური ხელოვნება, არქიტექტურა, დიზაინი, მოდა, ფოტოგრაფია, ვიდეო და მედია ხელოვნება;

განყოფილება II / 2 - მუსიკა, საშემსრულებლო ხელოვნების სკოლები, საზოგადოებრივი ხელოვნების საკითხები;

განყოფილება II / 3 - ფილმი;

განყოფილება II / 4 - ძეგლთა დაცვისა და ხელოვნების რესტიტუციის საკითხები;

განყოფილება II / 5 - ლიტერატურა და გამომცემლობა, ბიბლიოთეკა;

განყოფილება II / 6 - დაჯილდოების საკითხები, სპეციალური პროექტები, ღონისძიებების მენეჯმენტი, დიგიტალიზაცია;

განყოფილება II / 7 - კულტურული ინიციატივები, ხალხური კულტურა;

განყოფილება II / 8 - ფედერალური თეატრის ინვესტიციების მართვა, სამართლებრივი საკითხები;

განყოფილება II / 9 - ფედერალური მუზეუმების ინვესტიციების მართვა და სხვა ერთეულები;

განყოფილება II / 10 - ევროპული და საერთაშორისო კულტურის პოლიტიკა.

ცნობილია, რომ ავსტრია ადმინისტრაციულ-ტერიტორიულად იყოფა 9 მხარედ (Bundesland). კომპეტენციის საფუძველზე, მაგალითად, ხალხური კულტურის ხელშეწყობის პასუხისმგებლობა ეკისრება მხარეებს. ფედერალური კანცლერის სამსახური გამოუყოფს სუბსიდიებს მხოლოდ ფედერალურ ორგანიზაციებს (კონფედერაციას), ისევე, როგორც ინოვაციურ, ქვეყნის მასშტაბით, მდგრადობისადმი მიმართულ პროექტებს სოციალური, ინტერკულტურული და რეგიონთაშორისი დისკურსის და ხალხური კულტურის პროექტების სტიმულირებისთვის, რომელიც წარმოადგენს კულტურათა შორის დიალოგის პლატფორმას. ორგანიზებული ხალხური კულტურის საკითხი წარმოდგენილია ფედერალური ორგანიზაციების ეროვნულ დონეზე. ეროვნულ ორგანიზაციებთან და ინდივიდუალურ გაერთიანებებთან ერთად ამ სფეროს წარმოადგენს 700,000-ზე მეტი ავსტრიელი მოხალისე.

2009 წლიდან ავსტრიის იუნესკოს კომისიის, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დეპარტამენტის/მიმართულება ასრულებს კონვენციის პირობებს ეროვნულ დონეზე და ქმნის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სიას.

ავსტრიის იუნესკოს კომისიას:

- აქვს კავშირი პროფესიულ ინსტიტუტებთან და ექსპერტებთან;
- განსაზღვრავს ზომებს, რომელიც აძლიერებს არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობას საზოგადოებაში;

- იძლევა რჩევებს პრაქტიკის მაგალითის საფუძველზე და რეკომენდაციას არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნებისთვის;
- ასტიმულირებს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კვლევების პროექტებს;
- ყურადღებას ამახვილებს იმ განათლებისა და სასწავლო დაწესებულებებზე, სადაც ხდება არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გადაცემა;
- შეიმუშავებს წინადადებებს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის იდენტიფიკაციისა და დოკუმენტაციისთვის.

მაშასადამე, ავსტრიის იუნესკოს კომისიის როლი ავსტრიაში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის კონვენციის განხორციელებაში მნიშვნელოვანია. ამასთან, ავსტრიელი ექსპერტები თვლიან, რომ "ტურისტული სიმძლავრეების გაფართოება დასაშვებია მხოლოდ იქ, სადაც სავალდებულო ძალა აქვს რეგიონულ (რაიონულ) დაგეგმვას და სადაც ნებისმიერი პროექტი ერთვება ეკონომიკური განვითარების საერთო გეგმაში".

შვეიცარიაში შინაგან საქმეთა ფედერალური დეპარტამენტს ექვემდებარება შვეიცარიის კულტურის ფედერალური სამსახური(BAK), რომელიც განაგებს ფედერალური მთავრობის კულტურის პოლიტიკას და პასუხისმგებელია კულტურული მრავალფეროვნების ხელშეწყობას, შენარჩუნებასა და გადაცემაზე. იგი ხელს უწყობს კულტურული შემოქმედების ისეთ სფეროებს, როგორცაა ხელოვნება და ფილმი, ზედამხედველობს მუზეუმებსა და კოლექციებს, მხარს უჭერს ძეგლთა დაცვას და ჩართულია კულტურულ განათლებაში.

იმისათვის, რომ შეასრულოს ეს ამოცანები, იყოფა ორ სფეროდ- "კულტურული მემკვიდრეობა და მედიაცია(შუამავლობა)" და "კულტურული შემოქმედება და კულტურული მრავალფეროვნება" (იხ. სქემა 1). იგი განეკუთვნება შინაგან საქმეთა ფედერალურ დეპარტამენტს.

შვეიცარიის კულტურული მემკვიდრეობის(როგორც მატერიალურის ისე არამატერიალურის) დაცვის ორგანიზაცია ხორციელდება პრინციპით: „დაცვა ყველა დონეზე“, ანუ კულტურულ ფასეულობათა დაცვის ინტერესები ფრიად მნიშვნელოვანია როგორც ფედერალური მთავრობის, ისე კანტონების და მუნიციპალიტეტების დონეზე.

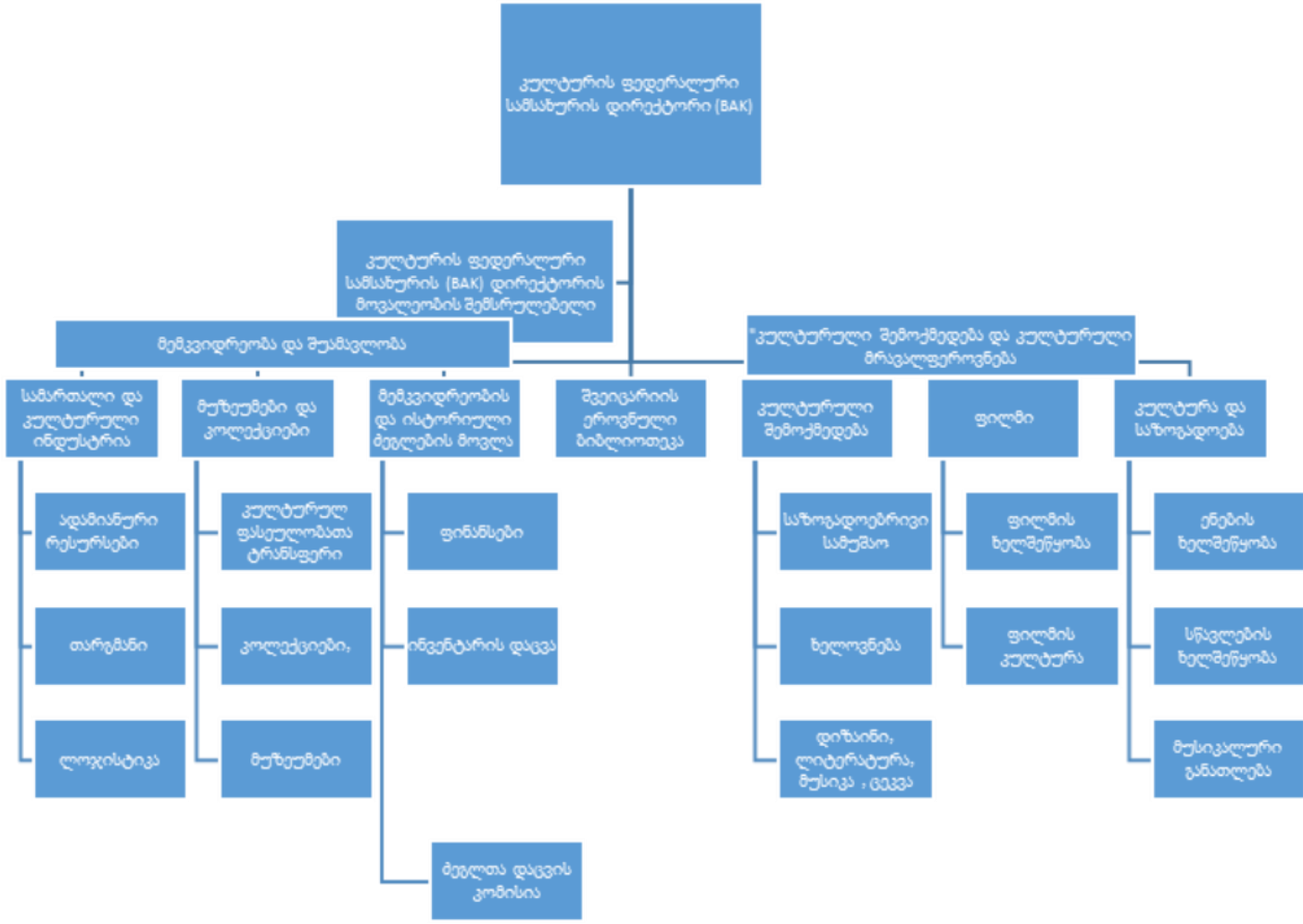
გარდა ამისა, შვეიცარიის კულტურულ ფასეულობათა დასაცავად ფართოდ იყენებენ კულტურულ დაწესებულებებსა და კერძო გაერთიანებებს.

ფედერალურ დონეზე, სამოქალაქო დაცვის ფედერალურ სამსახურში ფუნქციონირებს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის დეპარტამენტი, რომლის უმთავრესი მიზანია შვეიცარიის კულტურულ ფასეულობათა დაცვა. ფედერაციის ძირითადი ამოცანები მოიცავს: კანტონების ხელშეწყობას სპეციალიზებული სწავლების მიზნით დადგენილი ზომების

გატარებაში, დავალებებისა და მითითებების მიცემაში, რათა დაიცვან ეროვნული და რეგიონული მნიშვნელობის კულტურული აქტივები, აწარმოონ კონტაქტები ევროპულ თუ სხვა საერთაშორისო ინსტიტუტებთან.

შვეიცარიის სამოქალაქო დაცვის ფედერალურ სამსახურში, როგორც სათათბირო ორგანო საქმიანობს შვეიცარიის კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის კომისია. ეს ფედერალური სამსახურის მიერ შექმნილი ექსპერტთა ჯგუფი შედგება მაქსიმუმ 20 წევრისგან, რომლებიც წარმოადგენენ კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის დაინტერესებული წრეებს. კომისიის ერთ-ერთი მთავარი ამოცანა არის - კანტონებსა და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის დეპარტამენტს(BABS) შორის მჭიდრო თანამშრომლობით- შვეიცარიის ეროვნული და რეგიონული მნიშვნელობის კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-აღორძინების პროცესის მონიტორინგი და შესაბამისი რეკომენდაციების შემუშავება.

შვეიცარიაში **კანტონები** აღსრულების პასუხისმგებელნი არიან, თუ ეს არ არის ფედერალური საკითხი. ისინი ხელს უწყობენ ფინანსურად კულტურული აქტივების დაცვას და ატარებენ შემდეგ ზომებს: კანტონის დონეზე ქმნიან სამართლებრივ საფუძვლებს, გამოყოფენ კანტონში კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ოფისს, ახდენენ კულტურული ელემენტების



სქემა 1. შევიცარიის კულტურის ფედერალური სამსახურის ორგანიზაციული სტრუქტურა

ინვენტარიზაციას და მათ ტერიტორიაზე ქმნიან შვეიცარიის ინვენტარიზაციის სიას, ასევე დოკუმენტაციას, თემებში კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ორგანიზაციის ფორმის წესებს, ატარებენ ტრენინგ-კურსებს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის პერსონალისთვის, დაგეგმვისა და კულტურულ ფასეულობათა სივრცეების მშენებლობისთვის.

კომუნებში (გაერთიანებები) კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-აღორძინების ღონისძიებები სპეციალურად მომზადებული პერსონალის მიერ სრულდება. ყველაზე მნიშვნელოვანი ამოცანა საზოგადოების დონეზე არის: შესაფერისი პერსონალის კლასიფიცირება, გადამზადების კურსებზე კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის პერსონალის განათლება-სწავლება, განყოფილებებში დაგეგმილი ღონისძიებების ჩატარება, კულტურული მემკვიდრეობის აქტივების მიხედვით მოკლე დოკუმენტაციის შექმნა, სამოქალაქო სივრცეების კულტურულ ფასეულობათა დაცვის სივრცედ გარდაქმნის პროცესის მონიტორინგი და ა.შ.

ტურისტული შეთავაზების პროპაგანდის მიზნით რეკომენდებულია თანამშრომლობა პროფესიონალებთან და სხვა პარტნიორებთან. ესენია, მაგალითად, ტურიზმის ადგილობრივი, რეგიონალური და ეროვნული ორგანიზაციები, სხვა ტურიზმის მომწოდებლები (მაგალითად, სასტუმროს მფლობელები), პროფესიონალი კულტურის სფეროს წარმომადგენლები, კულტურის მოღვაწეები, კულტურის ინსტიტუტები, როგორცაა მუზეუმები და სხვა ქსელები.

საერთაშორისო გამოცდილების საფუძველზე შეიძლება დასკვნების სახით ჩამოვაყალიბოთ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის მთავარი თავისებურებანი ტურიზმში:

1. კულტურა და ტურიზმი ქვეყნების ეკონომიკისა და სოციალური სფეროს ორი დამოუკიდებელი დარგია, მაგრამ კულტურული მემკვიდრეობის (მოცემულ შემთხვევაში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის) კულტურული ტურიზმში ორგანულად ჩართვის შედეგად მათი მართვა ერთმანეთზე დამოკიდებული და ურთიერთგანმაპირობებელი ხდება. ქვეყანაში კულტურის განვითარებისათვის აუცილებელია სხვასთან ერთად არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა, აღორძინება-პოპულარიზაცია, რაშიც კულტურული ტურიზმის როლი და მნიშვნელობა ძალზე დიდია. თავის მხრივ, კი კულტურული ტურიზმის განვითარება-გაფართოება ბევრად არის დამოკიდებული კულტურული მემკვიდრეობის, მათ შორის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის აღორძინებაზე, რომელის მიმართ მთელი საზოგადოების, მათ შორის ტურისტების ინტერესი ძალიან დიდია.

ყოველივე ზემოაღნიშნული ამ დარგების მართვის ეფექტიანი კოორდინირების აუცილებლობაზე მიუთითებს. მრავალი ქვეყანა, ხელისუფლების სხვადასხვა შტოს გაერთიანებული ძალისხმევით, ამას ახერხებს და შედეგებიც კარგი აქვს: სწრაფი ტემპით ვითარდება არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობაც და კულტურული ტურიზმიც, რასაც საზოგადოების განვითარებისათვის (როგორც ამ მემკვიდრეობის მფლობელისათვის ისე მათთვის ვინც მას გაეცნობა) დიდი მნიშვნელობა აქვს.

2. საყურადღებოა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის აღრიცხვა, დაცვა, პოპულარიზაციის როგორც სოციალური ისე ეკონომიკური ასპექტები. საერთაშორისო პრაქტიკა აჩვენებს, რომ ამ საფუძველზე მუნიციპალიტეტებში, რეგიონებში, მთლიანად ქვეყანაში ფართოვდება დასაქმების შესაძლებლობები, იზრდება შემოსავლები, რაც მოსახლეობის კეთილდღეობის ამაღლებაზე დადებითად მოქმედებს. ამასთან, კულტურული მემკვიდრეობის ნუსხის გაფართოება, მისი პოპულარიზაცია ფართო საზოგადოებისათვის გაცნობით ზრდის ქვეყნის იმიჯს, ამაღლებულ განწყობილებას ქმნის ადგილობრივ მოსახლეობაში. ამიტომ, მართვის ადგილობრივმა ორგანოებმა ყველა რესურსი (სახელმწიფო დაფინანსება, ბიზნესიდან თუ კერძო პირებიდან მოზიდული თანხები და ა.შ.) უნდა გამოიყენონ არსებული არამატერიალური კულტურული რესურსების ეფექტიანად და საზოგადოების საკეთილდღეოდ გამოსაყენებლად;

3. საერთაშორისო გამოცდილება აჩვენებს, რომ ქვეყნების მიხედვით არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის პროცესი, მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურა, ფუნქციები, მეთოდები, მართვისადმი მიდგომები და ზოგადად მართვის ეკონომიკური მექანიზმი რამდენადმე განსხვავებულია. ყველა ქვეყანა თავისი შესაძლებლობებიდან გამომდინარე, აგრეთვე საერთაშორისო ორგანიზაციების ფინანსური თუ სხვა სახის (მაგალითად, მეთოდოლოგიურ-საკონსულტაციო სახის) დახმარების გათვალისწინებით სახავს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის განვითარების მიზნებსა და ამოცანებს და შედეგებიც შესაბამისია. ზოგიერთი ქვეყანა ახერხებს მეტნაკლებად სრულად ამოქმედოს ამ სახეობის კულტურული მემკვიდრეობა და გააცნოს იგი ფართო საზოგადოებას, რიგ შემთხვევაში კი, უფრო მეტად ფინანსური რესურსების უკმარისობის გამო, ეს ვერ ხერხდება და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის საუკეთესო ნიმუშებიც კი მათი მფლობელების გარდა არავისთვის არაა ცნობილი, რაც მიუღებელია.

თავი 2. ტურიზმში საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გამოყენების ანალიზი

2.1. ქვეყნის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სფეროები

საერთაშორისო კანონმდებლობისა და პრაქტიკის მიხედვით, როგორც უკვე აღვნიშნეთ, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სფეროებია:

- **ზეპირი ტრადიციები და გამოხატვის ფორმები:**

ა) ენა (დიალექტი, საუბრის სახეობა);

ბ) ზეპირსიტყვიერების ნიმუშები (ლეგენდა, ზღაპარი, იგავი, ანეგდოტი, ლექსი, შაირი, პოემა, ეპოსი, ლოცვა, შელოცვა, დატირება, ეპიტაფია და სხვა);

გ) ზეპირი ტრადიციები;

დ) ზეპირსიტყვიერებასთან დაკავშირებული სხვა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა და ა.შ.).

- **საშემსრულებლო ხელოვნება:**

ა) სასცენო ხელოვნება (თეატრი, პანტომიმა, ცეკვა/ქორეოგრაფია და სხვა);

ბ) მუსიკა (სიმღერა, საგალობელი და სხვა);

გ) საშემსრულებლო ხელოვნებასთან დაკავშირებული სხვა ნიმუშები (თეატრალიზებული სანახაობები, ინსტრუმენტები, კოსტიუმი, კულტურული სივრცეები და სხვა).

- **საზოგადოებრივი პრაქტიკა:**

ა) ყოფითი ტრადიციები (ტრადიციული კანონები, თემისათვის დამახასიათებელი ცხოვრების წესი, მისაღმების ფორმა, თამაში და სხვა);

ბ) რელიგიური ტრადიციები (რიტუალები: დაბადება, ინიციაცია, ქორწინება, გარდაცვალება და სხვა);

გ) რელიგიური და სახალხო დღესასწაულები, ცერემონიები და კარნავალები და სხვა;

დ) გასტრონომია (ღვინისა და სხვა ალკოჰოლიანი და გამაგრილებელი სასმელების დამზადება- გამოყენება, ტრადიციული პროდუქტების და კერძების დამზადება და სხვა);

ე) ნაციონალური კოსტიუმი (სამკაული, ვარცხნილობა, ტექსტილის დამზადება- გამოყენება და სხვა);

ვ) ბუნებრივი რესურსების განკარგვა (სიმბოლური, სპირიტუალური ადგილები (მაგ. ხატის ტყე), მიწათსარგებლობის ტრადიციები და სხვა).

• **გარესამყაროსთან დაკავშირებული გამოცდილება:**

ა) ბუნებრივი რესურსების: წიაღისეულის და ბუნებრივი წყლების მოპოვება-გამოყენება, ტყის და საძოვრების გამოყენება;

ბ) ხის, ყავრის დამზადება-დამუშავება;

გ) მონადირეობა-მეთევზეობის ადათ-წესები;

დ) სოფლის მეურნეობის ტრადიციული დარგები;

ე) ხალხური მედიცინა (სამკურნალო ბალახების მოპოვება-გამოყენება და სხვა).

• **ხელოსნობის დარგები და ტექნიკა** (ოქრომჭედლობა, მინანქარი, ხატწერა, მინიატურები, კალიგრაფია, ლითონის დამუშავება, ხის დამუშავება, მეთუნეობა, ქარგვა, კერვა, ტექსტილი, ქვის დამუშავება, სოფლის მეურნეობის იარაღების, მუსიკალური ინსტრუმენტების წარმოების ტექნოლოგიები და სხვა).

თაობიდან თაობას გადაცემული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა გამუდმებით ვითარდება და იქმნება. იგი აყალიბებს იდენტობისა და მემკვიდრეობითობის გრძნობას, ხელს უწყობს კულტურის მრავალფეროვნებასა და ადამიანთა შემოქმედებას.

არამატერიალური კულტურა ადამიანისგან განყენებულად, შემოქმედის გარეშე არ არსებობს, ამიტომაც მის მატარებლად ითვლება ერი, საზოგადოება, თემი, ადამიანთა ჯგუფი, ცალკეული პიროვნება. არამატერიალური კულტურა მისი მატარებლისათვის იდენტობის განმსაზღვრელია.

საერთაშორისო საზოგადოებამ ბოლო ათწლეულის განმავლობაში არაერთი ნაბიჯი გადადგა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის მიმართულებით. მათ შორის უმნიშვნელოვანესია თავად არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის კონვენციის მიღება და ტერმინის -„არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა“(აკმ) დამკვიდრება. კონვენციის მიხედვით ქვეყნისა და საზოგადოების ჰარმონიული განვითარების ერთ-ერთი წინაპირობა, სწორედ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობაა. ამ კონცეფციამ საერთაშორისო საზოგადოება ახალი გამოწვევების წინაშე დააყენა.

როგორც კონვენციის ხელმოწერი ქვეყანა, საქართველო იზიარებს მასში მოცემულ დებულებებს. უფრო მეტიც, საქართველოში ფოლკლორისა და ტრადიციების დაცვის საკითხი ჯერ კიდევ მე-19 საუკუნიდან გახდა აქტუალური. ქართულმა საზოგადოებამ დღემდე შემოინახა მრავალფეროვანი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა, რომელიც ამავდროულად, მეტწილად დოკუმენტირებული და შესწავლილია მეცნიერების მიერ.

საქართველოს მიერ კონვენციის რატიფიცირების შემდგომ, მისი იმპლემენტაცია მრავალი ობიექტური მიზეზის გამო წელი ტემპით წარიმართა, თუმცა, 2011 წლიდან არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სამართლებრივი და ინსტიტუციური მექანიზმების ჩამოსაყალიბებლად, ეროვნულ დონეზე გადაიდგა უმნიშვნელოვანესი ნაბიჯები. მათ შორის, აღსანიშნავია ეროვნული სააღრიცხვო დოკუმენტაციის ფორმების შექმნა და კონვენციის ფორმატში UNESCO-ს მსოფლიო არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ნუსხაში შესატანად ნომინაციის მომზადება.

2011 წლის 2 აპრილს საქართველოს პარლამენტმა მოახდინა „საზოგადოებისათვის კულტურული მემკვიდრეობის მნიშვნელობის შესახებ“ ევროპის საბჭოს ჩარჩო კონვენციის (ფარო, 2005) რატიფიცირება, რის შემდეგაც ეს სამართლებრივი ინსტრუმენტი ოფიციალურად შევიდა ძალაში. შეიძლება ითქვას, რომ ფაროს კონვენცია მონიშნავს XIX-XXI საუკუნეების მანძილზე მემკვიდრეობის ფილოსოფიის ევოლუციის უახლეს ეტაპს და სამართლებრივ ჩარჩოში აქცევს პოსტმოდერნულ დისკურსს მემკვიდრეობის მნიშვნელობის შესახებ. დღეს კულტურული მემკვიდრეობის ცნება მოიცავს ყველა იმ მატერიალურ თუ არამატერიალურ კომპონენტს, რომელიც დროთა განმავლობაში ადამიანისა და გარემოს ურთიერთქმედების შედეგად ჩამოყალიბდა, მათ შორის უახლეს – XX საუკუნის მემკვიდრეობას.

მემკვიდრეობის მნიშვნელობა კი განიხილება ადამიანების მიერ მისთვის მინიჭებული სემანტიკური დატვირთვის ჭრილში, როგორც საზოგადოების მუდმივად ცვლადი ღირებულებების, რწმენა-წარმოდგენების, ცოდნისა და ტრადიციების გამომხატველი საშუალება. გამოეხმაურა რა ადამიანის უფლებების დაცვის მეტად პრობლემატურ საკითხს, ფაროს კონვენციით ევროპის საბჭომ ღიად დააფიქსირა, რომ უფლება კულტურულ მემკვიდრეობაზე ადამიანის ისეთივე თანდაყოლილი უფლებაა, როგორც რწმენის ან სიტყვის თავისუფლება. თანამონაწილეობა, ცოდნისაკენ სწრაფვა, დიალოგი და ღირებულებების გაზიარება ის პრინციპებია, რომელიც აქცევს კულტურულ მემკვიდრეობას დემოკრატიული საზოგადოების ქვაკუთხედად. ამ პრინციპების უფულვებელყოფის შემთხვევაში მემკვიდრეობა ხშირად იქცევა გაცვეთილ იდეოლოგიურ ინსტრუმენტად. იმედი მაქვს, ფაროს კონვენციაში მოცემული

პრინციპები ფართოდ დაინერგება საქართველოში და ხელს შეუწყობს კულტურული მემკვიდრეობის პოლიტიკის, თეორიისა და პრაქტიკის ახალ საფეხურზე განვითარებას²⁸.

მსოფლიო მემკვიდრეობის კონვენციის ერთ-ერთი ძირითადი მიზანია განსაკუთრებული მნიშვნელობის მქონე ბუნებრივი ან კულტურული ძეგლების გამოვლენა მსოფლიო მემკვიდრეობის ნუსხაში წარსადგენად. ნომინაციისათვის კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტს(ობიექტებს) უნდა გააჩნდეს განსაკუთრებული ზოგადსაკაცობრიო ღირებულება; ნომინაციის სპეციალური კრიტერიუმები მოცემულია კონვენციის შესრულების სამოქმედო პრინციპებში, რაც შეესატყვისება მსოფლიო მემკვიდრეობის ღირსშესანიშნავი ადგილების სამ კატეგორიას:

- ა) ცალკეული ძეგლები, შენობათა ჯგუფები ან ღირსშესანიშნავი ადგილები;
- ბ) ურბანული შენობების ჯგუფები;
- გ) კულტურული ლანდშაფტები.

მსოფლიო მემკვიდრეობის ნუსხაში წარსადგენად “ა” კატეგორიის ღირსშესანიშნავი ადგილი უნდა აკმაყოფილებდეს შემდეგ კრიტერიუმებს:

უნდა წარმოადგენდეს ადამიანის შემოქმედებითი გენიის ნიმუშს; ან უნდა მიუთითებდეს დროის გარკვეულ მონაკვეთში, ან მსოფლიოს რომელიმე კულტურული არეალის ფარგლებში, არქიტექტურის, მონუმენტური ხელოვნების, ქალაქგეგმარების ან ლანდშაფტური არქიტექტურის განვითარების სფეროში ადამიანურ ფასეულობათა მნიშვნელოვან ურთიერთგაცვლაზე; ან უნდა წარმოადგენდეს რომელიმე კულტურული ტრადიციის ან, დღესაც არსებული ან გამქრალი ცივილიზაციის ამსახველ უნიკალურ ან განსაკუთრებულ ნიმუშს; ან უნდა წარმოადგენდეს ნაგებობის, არქიტექტურული ანსამბლის ან ლანდშაფტის ღირსშესანიშნავ მაგალითს, რომელიც ასახავს კაცობრიობის ისტორიის მნიშვნელოვან ეტაპს (ეტაპებს); ან უნდა იყოს ტრადიციული საცხოვრისის ან მიწათმოქმედების გამორჩეული მაგალითი, რომელიც წარმოადგენს რომელიმე კულტურას (კულტურებს), განსაკუთრებით მაშინ, თუკი ეს კულტურა საფრთხის წინაშეა შეუქცევადი ცვლილებების გავლენის გამო; ან უნდა იყოს უშუალოდ ან თვალსაჩინოდ დაკავშირებული განსაკუთრებული ზოგადსაკაცობრიო მნიშვნელობის მქონე მოვლენებთან,

²⁸ მირზიკაშვილი რ. იუნესკოსა და საერთაშორისო ურთიერთობების სამსახურის უფროსი, ევროპის საბჭოს ჩარჩო კონვენცია საზოგადოებისათვის კულტურული მემკვიდრეობის მნიშვნელობის შესახებ, ფარო, 2005 წლის 27 ოქტომბერი.

ყოფით ტრადიციებთან, იდეებთან, რწმენასთან, მხატვრულ და ლიტერატურულ ნაწარმოებებთან (მსოფლიო მემკვიდრეობის კომიტეტს მიაჩნია, რომ ამ კრიტერიუმმა მხოლოდ საგანგებო შემთხვევაში ან სხვა კულტურულ და ბუნების კრიტერიუმებთან თანხვედრისას შეიძლება განაპირობოს ღირსშესანიშნავი ადგილის მსოფლიო მემკვიდრეობის ნუსხაში შეტანა).

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა ეკუთვნის ხალხს, რადგანაც ადამიანია მისი მატარებელი და ამდენად, მისი შენარჩუნების მთავარი გარანტი. სწორედ ამიტომ, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ნიმუშების გამოვლენის, დოკუმენტირების, დაცვისა და აღორძინების საქმეში უმნიშვნელოვანესია ფართო საზოგადოების ჩართულობა.

არამატერიალური კულტურის ნიმუშების შესწავლა, დაცვა და აღორძინება, ერთი მხრივ, უზრუნველყოფს მომავალი თაობებისათვის კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნებას, მეორე მხრივ კი სტიმულს მისცემს ქვეყანაში ჯანსაღი და სიცოცხლისუნარიანი თანამედროვე კულტურის განვითარებას.

საქართველო კონვენციას მიუერთდა 2007 წელს, რითაც სახელმწიფომ აღიარა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის აუცილებლობა და იკისრა კონვენციით გათვალისწინებული ვალდებულებები, რაც გულისხმობს:

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სიცოცხლისუნარიანობის უზრუნველყოფის მიზნით მის იდენტიფიკაციას, დოკუმენტირებას, კვლევას, შენახვას, დაცვას, აღორძინებას, პოპულარიზაციას, ფორმალური და არაფორმალური განათლების მეშვეობით ახალგაზრდა თაობისათვის მის გადაცემას და სხვა.

საქართველოში კონვენციის იმპლემენტაციის პროცესი 2011 წლიდან დაიწყო, შედეგად 2013 წლის დეკემბერში UNESCO-ს მსოფლიო წარმომადგენლობით ნუსხაში საპატიო ადგილი დაიკავა „ქვევრის ღვინის დაყენების უძველესმა, ტრადიციულმა ქართულმა მეთოდმა“. მანამდე კი, 2001 წელს UNESCO-ს მსოფლიო უნიკალურ, ხელთუქმნელ 19 შედევრს შორის „ქართული მრავალხმიანობა“ დასახელდა.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა თავისი მრავალფეროვანი ხასიათის გამო²⁹:

- გვევლინება ქვეყნის განვითარების უმნიშვნელოვანეს ეკონომიკურ ფაქტორად;
- წარმოადგენს ეკონომიკის მნიშვნელოვანი დარგების კვლავაღორძინების საშუალებას;
- კრეატიული ბიზნესის განვითარების ფუნდამენტს;
- აქვს სახელმწიფოსთვის მარკეტინგული მნიშვნელობა;

²⁹ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა, რეალობა და პერსპექტივა, 2016 წლის სამოქმედო გეგმა.

- წარმოადგენს ქვეყნის იდენტობის მნიშვნელოვან ნაწილს;
- **ტურიზმის განვითარების აუცილებელ ფუნდამენტს;**
- წარმოადგენს სოფლად არსებული სოციალურ-კულტურული ურთიერთობების შენარჩუნების საშუალებას;
- წარმოადგენს გლეხის ეკონომიკურად გაძლიერების საშუალებას;
- წარმოადგენს რეგიონების ჰარმონიული განვითარების საშუალებას;
- აგრეთვე თვითმმართველობების განვითარების საშუალებას,
- უზრუნველყოფს საზოგადოებაში კულტურულ მრავალფეროვნებას;
- წარმოადგენს ქალაქებისა და ცალკეული რაიონებისათვის საკუთარი იდენტობის გამოკვეთისა და ინდივიდუალური სახის შექმნა-შენარჩუნების საშუალებას,
- შესაძლებელია წარმოადგენდეს საზოგადოებრივი კონფლიქტების მოგვარებისა და თავიდან აცილების საშუალებას,
- წარმოადგენს რელიგიურ ინსტიტუციებთან დაკავშირებული საკითხების ახლებური რაკუსით ხედვის საშუალებას;

კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს გენერალური დირექტორის შესაბამისი ბრძანების თანახმად **საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შემდეგ** ძეგლებს³⁰ მიენიჭათ ძეგლის სტატუსი:

- იაკობ გოგებაშვილისეული სწავლების მეთოდი - „დედა-ენა“
- ქართული პოლიფონია
- ქვევრი
- ქვევრის ღვინის დაყენების უძველესი ქართული ტრადიციული მეთოდი
- კახური მრავალჟამიერი
- ქალაქური მრავალჟამიერი
- ხორუმი
- ფერხული
- ბერიკაობა
- ქართული ჭიდაობა
- უძველესი ფშაური საკვები პროდუქტი დამბალხაჭო
- მესხური ყველი ტენილი
- ლადიძის წყლების ტექნოლოგია და კულტურა

³⁰ <http://www.heritagesites.ge/geo/text/95-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.12.2015.>

- საყმაწვილო ჟურნალის უწყვეტი ტრადიცია - ჟურნალი „დილა“
 - „ქართული პერიოდიკის უწყვეტი ტრადიცია - ლიტერატურული ჟურნალი „ცისკარი“
 - „ქართული პერიოდიკის უწყვეტი ტრადიცია - ლიტერატურული ჟურნალი „განთიადი“
 - სვანური ხალხური საკრავის „ჩანგის“ დამზადების ტრადიციულ მეთოდი
 - კახური ქუდის დამზადების ტრადიციულ მეთოდი
 - მეთუნეობის უძველესი ტრადიცია ვარდისუბანში
 - კახური ჩურჩხელის დამზადების ტექნოლოგია
 - კახური პურის(დედას პური) დამზადების ტექნოლოგია
 - „ვეფხისტყაოსნის“ ზეპირად ცოდნის ტრადიცია
 - სამკურნალო და მინერალური წყლები ზემო სვანეთში: მუგვირი, არცხელი, კახრლდ, ლეგაბ, სეტის მჟავე წყალი, კვედილაში, შგედი – სამკურნალო თვისებები და მოხმარების წესი
 - ხეზე კვეთის ტრადიცია-ორნამენტი სვანურ ტრადიციულ საცხოვრისსა და საყოფაცხოვრებო დანიშნულების ნივთებში
 - თეატრალური უნივერსიტეტის ყოველწლიური, სტუდენტად კურთხევის ტრადიცია- „გრიმის ცხების ცერემონიალი“
 - "ქართული ანბანის სამი უძველესი სახეობის ცოცხალი კულტურა"
 - სვანური ხალხური საკრავის „ჭუნირი“ დამზადების ტრადიციული მეთოდი
 - სვანური სამზარეულო – ფეტვიანი ხაჭაპურის დამზადების ტრადიციული მეთოდი
 - სვანური სამზარეულო –კუბდარის (სვან. კუბედ) დამზადების ტრადიციული მეთოდი
 - სვანური სამზარეულო – სვანური მარილის დამზადების ტრადიციული მეთოდი
 - სვანური სამზარეულო – თაშმჯაბის დამზადების ტრადიციული მეთოდი
- "ქართული ანბანის სამი უძველესი სახეობის ცოცხალი კულტურას", „დედაენას“ (ქართული საანბანე სახელმძღვანელოს შედგენის იაკობ გოგებაშვილისეული მეთოდი), ქვევრს, ქვევრის ღვინის დაყენების უძველეს ქართულ ტრადიციულ მეთოდს მიენიჭათ ეროვნული კატეგორია.

საქართველოს კანონის „კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ“ მე-18 მუხლის პირველი და მე-2 პუნქტები ჩამოყალიბებულია შემდეგი რედაქციით³¹:

„1. ძეგლს სამინისტროს მიმართვის საფუძველზე, საქართველოს მთავრობის დადგენილებით შეიძლება განესაზღვროს **ეროვნული მნიშვნელობის კატეგორია**, თუ მას აქვს გამორჩეული მხატვრული ან ესთეტიკური ღირებულება ან თუ იგი დაკავშირებულია უმნიშვნელოვანეს ისტორიულ მოვლენასთან, პიროვნებასთან, ერის განვითარების ეტაპთან და გამორჩეულ ზოგად ეროვნულ ღირებულებებთან.

2. ეროვნული მნიშვნელობის უძრავ ძეგლს მსოფლიო მემკვიდრეობის ნუსხაში შესატანად მინისტრის მიმართვის საფუძველზე ან საკუთარი ინიციატივით წარადგენს საქართველოს პრემიერ-მინისტრი.“

საქართველოს უძრავი ძეგლების სახელმწიფო რეესტრში³² ირიცხება 6 803 ძეგლი, საიდანაც 484 ეროვნული მნიშვნელობის ძეგლია. საქართველოდან მსოფლიო მემკვიდრეობის ნუსხაში 3 ობიექტი ირიცხება. საქართველოში 2012 წლიდან მიმდინარეობს არამატერიალური მემკვიდრეობის აღნუსხვა.

2012 წლის 24 იანვარს, საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის მინისტრის #3/28 ბრძანებით დამტკიცდა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტის ეროვნული საადრიცხვო ბარათი და მისი შევსების წესი.

საქართველოში კულტურული მემკვიდრეობის ეროვნული სააგენტო, რომელიც 2008 წელს დაფუძნდა, წარმოადგენს კულტურული მემკვიდრეობის სფეროში ძირითად, მწარმოებელ მიმღებ ორგანოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს სტრუქტურაში.

2011 წლიდან სააგენტო კოორდინირებას უწევს საქართველოში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კონვენციის შესრულებას. სააგენტოს მიერ 2011-2012 წწ. მომზადდა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დარგში საჭიროებების სისტემური ანალიზი და შესწავლილ იქნა საერთაშორისო მაგალითები.

მემკვიდრეობის მრავალფეროვნება თავად განაპირობებს დაცვის მექანიზმების დივერსიფიკაციას. საქართველოში მემკვიდრეობის ეროვნული პოლიტიკა უნდა უზრუნველყოფდეს მემკვიდრეობის მრავალფეროვნებისა და წარმომადგენლობითობის უფრო ფართოდ გამოვლენას, წარმოჩენასა და დაცვას.

³¹ საქართველოს კანონი „კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ“ საქართველოს კანონში ცვლილების შეტანის თაობაზე, N1330-რს, 25 სექტემბერი 2013 წ. ქუთაისი.

³² 2012 წლის მდგომარეობით.

ქართული ხალხური რეწვის განვითარებას მდიდარი საუკუნოვანი ტრადიციები გააჩნია. ხელნაკეთი შემოქმედება საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის განუყოფელი ნაწილია. მისი ყოველი დარგი - ქსოვა, კერამიკა, ხეზე კვეთა, საიუველირო ნაკეთობანი - გამოირჩევა განსხვავებული და მრავალფეროვანი ტექნიკით.

ტრადიციული რეწვის საბოლოო პროდუქტი მატერიალურია. თუმცა, იმდენად, რამდენადაც რეწვა და ხელოსნობა დაკავშირებულია ცოდნასთან და უნარებთან, რომელიც ზეპირსიტყვიერი ტრადიციით თაობიდან თაობას გადაეცემოდა, კონვენცია სწორედ არამატერიალურ უნარებსა და ცოდნას შეეხება და არა რომელიმე კონკრეტულ ნიმუშს. შესაბამისად, ზემოაღნიშნული კონვენციის მიზანია არა კონკრეტული ნიმუშის დაცვა, არამედ ტრადიციის შენარჩუნება და თაობიდან თაობაზე გადაცემის უზრუნველყოფა.

გლობალიზაციამ ისევე, როგორც არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სხვა დარგებს, ადგილობრივი ხელოსნობის ტრადიციებსაც დიდი საფრთხე შეუქმნა. ხელით შექმნილი რეწვის ნაწარმი ხშირად ვერ უწევს კონკურენციას ქარხნულად წარმოებულ მასობრივ იაფფასიან პროდუქციას, რაც, თავის მხრივ, ზოგიერთი ტრადიციის დაკარგვის საშიშროებას ქმნის. მსოფლიოს სხვადასხვა რეგიონში მრავალი ოსტატი ცდილობს გაუმკლავდეს აღნიშნულ სირთულეს.

იმდენად რამდენადაც კონვენცია იცავს უნარებსა და ცოდნას, მისი დაცვის მთავარი მექანიზმი, სწორედ განათლების, სწავლების კომპონენტის, ტრადიციის თაობიდან თაობაზე გადაცემის აუცილებლობა და მისი უზრუნველყოფაა.

თუმცა ახალგაზრდების წახალისებისთვის მხოლოდ უნარების ათვისება არ არის საკმარისი, შესამაბისად, იუნესკო ხაზს უსვამს რეწვის პროდუქციის ეკონომიკურ ღირებულებას და მისი ბაზრის ხელშეწყობის აუცილებლობას. ხელნაკეთ პროდუქციაზე მოთხოვნის ზრდასთან ერთად ჩნდება ნიშა ამა თუ იმ ხალხის ტრადიციის მატარებელი ნივთების მარკეტინგისთვის, რაც, თავის მხრივ, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სიცოცხლისუნარიანობის საუკეთესო გარანტიაა.

ტრადიციული ხელოსნობის ხელშეწყობის და დაცვის ერთ-ერთ მექანიზმად მოიაზრება საავტორო უფლებების დაცვა, რაც ამ უფლების მფლობელ თემებს უპირატესობას ანიჭებს და მათი პროდუქციის დაცვის წინაპირობას ქმნის.

ტრადიციული რეწვა შესაძლებელია ეკონომიკური განვითარების წყარო გახდეს. რეწვა, თავისთავად კრეატიული, კულტურული ინდუსტრიის ნაწილია. სწორი მენეჯმენტისა და მარკეტინგის შემთხვევაში, მან დიდი შემოსავალი უნდა მოუტანოს არა მარტო მეწარმეებს, არამედ

მთელს ქვეყანას. ეს გულისხმობს, რომ კულტურული ნაწარმი, როგორც ტურიზმის ნაწილი, იზიდავს სტუმრებს, რომლებიც საქართველოში ჩამოდიან. მათ სურთ არა მხოლოდ შეიძინონ ასეთი პროდუქცია, მაგ. სუვენირები, არამედ, შესაძლებელია, ასევე აინტერესებდეთ, როგორ დამზადდა ესა თუ ის ნივთი, რადგან ეს საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ნაწილია.

სახელმწიფო უნდა ჩაერთოს და დაეხმაროს მათ ცნობადობის ამაღლებაში ტურიზმის დეპარტამენტის მეშვეობით, რომელიც გააკეთებს რეკლამებს საერთაშორისო ტელე-არხებზე, ან წარადგენს ქართულ კულტურას სხვადასხვა საერთაშორისო გამოფენაზე და ა.შ.

ტრადიციული რეწვა და ხელსაქმე საქართველოს რეგიონების მრავალფეროვნების განუყოფელი ნაწილია და ამ თვალსაზრისით, ყველა კუთხეს მისთვის დამახასიათებელი თავისებურებები გააჩნია. საქართველოში ყველაზე გავრცელებულ დარგებს მიეკუთვნება ლითონის დამუშავება, მინანქარი, კერამიკა, ხეზე და ქვაზე კვეთა, ტექსტილი, რომელიც მოიცავს ქარგვას, ქსოვას, მათ შორის ხალიჩებისა და ფარდაგების ქსოვას, თელვას, მოჩითვას და სხვა.

ტრადიციული რეწვის სფეროში არა ერთი სამთავრობო და არასამთავრობო ინიციატივა განხორციელდა. კერძოდ, მნიშვნელოვანი პროექტი იყო კულტურის და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს მიერ 2012 წელს სტრასბურგის საშობაო ბაზრობაზე საქართველოს ხალხური რეწვის პროდუქციის წარდგენა. ამასთანავე, კულტურის სამინისტრომ გამოსცა კატალოგის “სუვენირები საქართველოდან” ორი ტომი და სხვადასხვა საერთაშორისო ფესტივალებზე წარადგინა ტრადიციული რეწვის პროდუქცია.

2015 წელს დაარსდა არასამთავრობო ორგანიზაცია „საქართველოს ტრადიციული რეწვის ასოციაცია“, რომელიც ხელს შეუწყობს ტრადიციული რეწვის ოსტატების წარმოჩენას და მათ მიერ წარმოებული პროდუქციის პოპულარიზაციას.

“საქართველოს სტრატეგიული კვლევების და განვითარების ცენტრის”, “ხელოვნების საერთაშორისო ცენტრის” და პარტნიორების მიერ ევროკავშირის დაფინანსებით მიმდინარე პროექტის “ტრადიციული რეწვა საქართველოში - პლატფორმა სექტორის ეკონომიკური განვითარებისათვის” მიერ 2015 წლის აპრილში გამოცხადდა საგრანტო კონკურსი „საქართველოს რეგიონებში ტრადიციული რეწვის განვითარება და სექტორის ეკონომიკური მდგრადობის ხელშეწყობა“.

კონკურსის პირველი კომპონენტის მიზანია ტრადიციული რეწვის პროდუქციის წარმოების ხელშეწყობა, მწარმოებელთა სამუშაო პირობების გაუმჯობესება და რეგიონებში მცხოვრები ახალგაზრდების ჩართულობის გაზრდა, რაც ტრადიციული ცოდნისა და უნარების შენარჩუნების მნიშვნელოვანი წინაპირობა იქნება. ასევე, კონკურსი ორიენტირებულია

ტრადიციული რეწვის სახელოსნოების ტურისტული პოტენციალის ამაღლებაზე, რაც, თავის მხრივ, ტრადიციული რეწვის ცენტრების ეკონომიკური მდგრადობის საფუძველი იქნება.

ხალხური რეწვის ოსტატები მონაწილეობენ ადგილობრივი მუნიციპალიტეტების მიერ ორგანიზებულ ფესტივალებში. საქართველოს ეროვნული მუზეუმის გიორგი ჩიტაიას სახელობის ეთნოგრაფიული მუზეუმი ატარებს ხალხური რეწვის საგანმანათლებლო პროგრამებს.

ადგილობრივ ხელოვანთა და რეწვის ოსტატთა ეკონომიკური მდგომარეობის გასაუმჯობესებლად ტრადიციული ხელოვნების შემოსავლიან ბიზნესად გადაქცევის გზით და რაიონში კულტურული ტურიზმის განვითარების ხელშესაწყობად ხელოვნების საერთაშორისო ცენტრმა დუშეთის რაიონში განახორციელა პროგრამა „დუშეთის რაიონის კულტურის სექტორის ინსტიტუციონალური განვითარება“, რომლის მთავარი მიზანი იყო დუშეთის ააიპ „საერთაშორისო თანამშრომლობისა და მდგრადი განვითარების ცენტრის“ ბაზაზე სოციალური საწარმოს „ხვარამზეს“ შექმნა და განვითარება.

დუშეთის ოსტატების და კულტურის ოპერატორების გადამზადების პარალელურად, ადგილობრივი ოსტატების მიერ შეიქმნა ბაზარზე ორიენტირებული პროდუქცია, გაიხსნა მაღაზია სალონი, სადაც ყოველდღიურად ფუნქციონირებს გამოფენა-გაყიდვა. ამასთან ერთად, პროექტის ფარგლებში მომზადდა დუშეთის რეგიონის ტურისტული გზამკვლევი, რომელშიც შევიდა ინფორმაცია კულტურული ტრადიციებისა და მემკვიდრეობის შესახებ. „ხვარამზეს“ მაღაზია სალონი ერთადერთი სუვენირების სალონია დუშეთში. დაახლოებით 20 ოსტატი ქმნის ახალ პროდუქციას, რაც გამოიფინება როგორც თავად სალონში, ასევე სხვადასხვა რეგიონში მოწყობილ გამოფენებსა და ღონისძიებებზე. პროდუქციის რეალიზაცია სოციალურ საწარმოს და დუშეთის რეგიონში მოღვაწე ხალხური რეწვის ოსტატებს შემოსავლების მიღებაში ეხმარება და ამავდროულად ხელს უწყობს ხალხური რეწვის ტრადიციების შენარჩუნებას.

იმის გამო, რომ ტრადიციული რეწვა მოიაზრება, როგორც არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა, ხოლო ცალკე კანონი „არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ“ არ არსებობს, ამიტომ ის რეგულირდება კანონით „კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ“, სადაც ცალკე არ არის განმარტებული და დაფიქსირებული ტერმინი „ტრადიციული რეწვა“, რაც იმაზე მიუთითებს, რომ უნდა დაჩქარდეს „საქართველოს კულტურული და ბუნებრივი მემკვიდრეობა“ კოდექსის დამუშავება, რომელშიც დაფიქსირდება არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დამცავი მექანიზმები და განიმარტება ტერმინები.

მიუხედავად საქართველოში არსებული მდიდარი ტრადიციებისა, დღეისათვის რეწვის პოტენციალი არ არის სათანადოდ გამოყენებული: ტრადიციულ რეწვაში დაახლოებით 1500 ადამიანია ჩართული, ამასთან, ცალსახად იკვეთება დარგისადმი ახალგაზრდების ნაკლები ინტერესი.

ტრადიციული რეწვის განვითარებას დიდწილად უშლის ხელს ქვეყნის მასშტაბით სახელოსნოების მოუწყობელი ინფრასტრუქტურა მაშინ, როდესაც როგორც ადგილობრივი პრეკედენტები და საერთაშორისო პრაქტიკა მოწმობს, სახელოსნოების ინფრასტრუქტურის გამართვამ და ტურისტულ მარშრუტებთან დაკავშირებამ შესაძლოა საგრძნობლად გაზარდოს მათი ტურისტული პოტენციალი და, შესამაბისად, ტრადიციული რეწვის ოსტატებისა და ორგანიზაციების შემოსავლები. საკმაოდ შეზღუდულია ადგილობრივი რესურსების მომპოვებელი და გადამამუშავებელი ინფრასტრუქტურა, რაც ხელს უშლის ტრადიციული რეწვის დარგების განვითარებას.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა ეკუთვნის ხალხს, რადგანაც ადამიანია მისი მატარებელი და ამდენად, მისი შენარჩუნების მთავარი გარანტი. სწორედ ამიტომ, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ნიმუშების გამოვლენის, დოკუმენტირების, დაცვისა და აღორძინების საქმეში უმნიშვნელოვანესია ფართო საზოგადოების ჩართულობა.

საქართველო აღიარებს კულტურის განსაკუთრებულ როლს ქვეყნის მდგრად განვითარებაში. კულტურის პოლიტიკის მიზანია, მოახდინოს კულტურული ღირებულებების ეფექტიანი გამოყენება ქვეყნის სოციალური გარემოსა და ეკონომიკის სასიკეთოდ. ამისათვის საჭიროა:

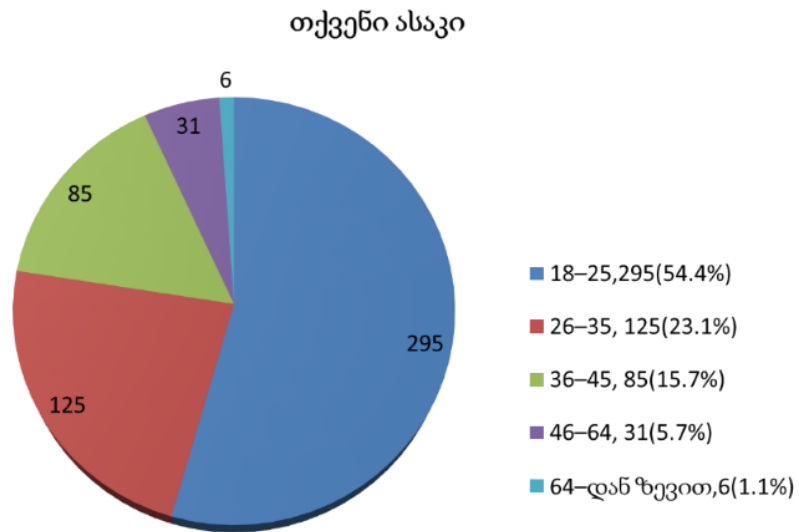
- შემუშავდეს უწყებათაშორისო თანამშრომლობით შემოქმედებითი ეკონომიკის განვითარების ძირითადი მიმართულებანი და ინსტრუმენტები;

- შეიქმნას შემოქმედებითი და კულტურული ინდუსტრიების განვითარებისთვის ხელშემწყობი გარემო „წარმოებლიდან -მომხმარებლამდე“;

იმისათვის, რომ გაგვეგო საქართველოს მოსახლეობის ზოგადი აზრი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ, ჩვენ მიერ ჩატარებული იქნა სოციოლოგიური კვლევა. გამოკითხულ იქნა 547 რესპოდენტი, რომელთა შორის 54,4 %-ს(295) 18–25 წლის, 23, 1 %-ს(126) 26–35 წლის, 15.7%-ს(85) –36–45 წლის, 5.7%(31)– 46–64 წლის, 1.1%-ს(6) 64 წლიდან ზევით ადამიანები წარმოადგენდნენ.

„სოციოლოგიური კვლევა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ“ ჩატარდა Docs.google.com Form-ით, Google Tools-ის მეშვეობით. მეთოდური მიდგომა იყო ღია და

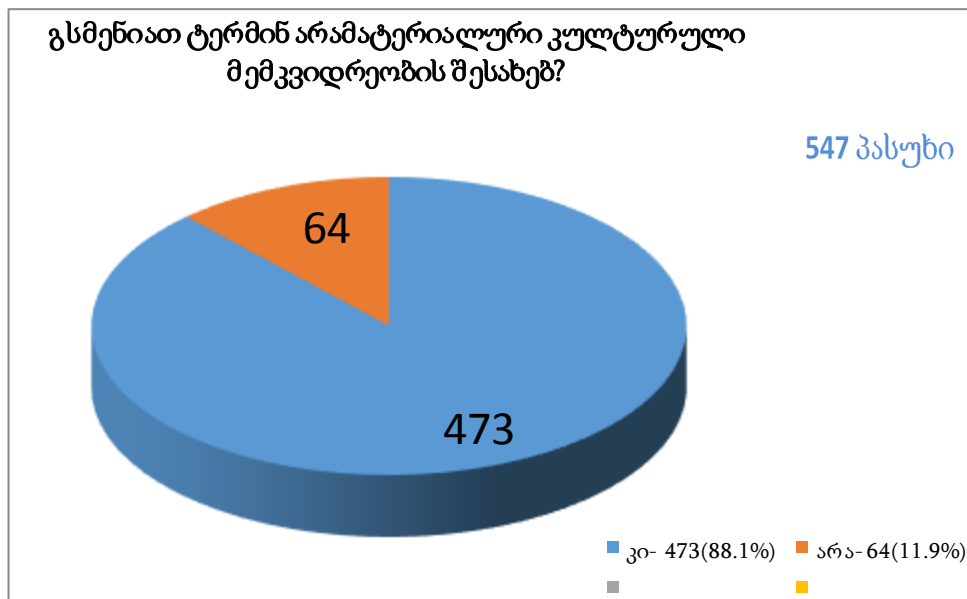
დახურული კითხვების კომბინაციით; კითხვარი გავრცელდა სოციალურ ქსელ www.facebook.com-ით. ანონიმურობა დაცული იყო. კვლევა ტარდებოდა 2013 წლის იანვრიდან 2015 წლის 3 ივნისამდე.



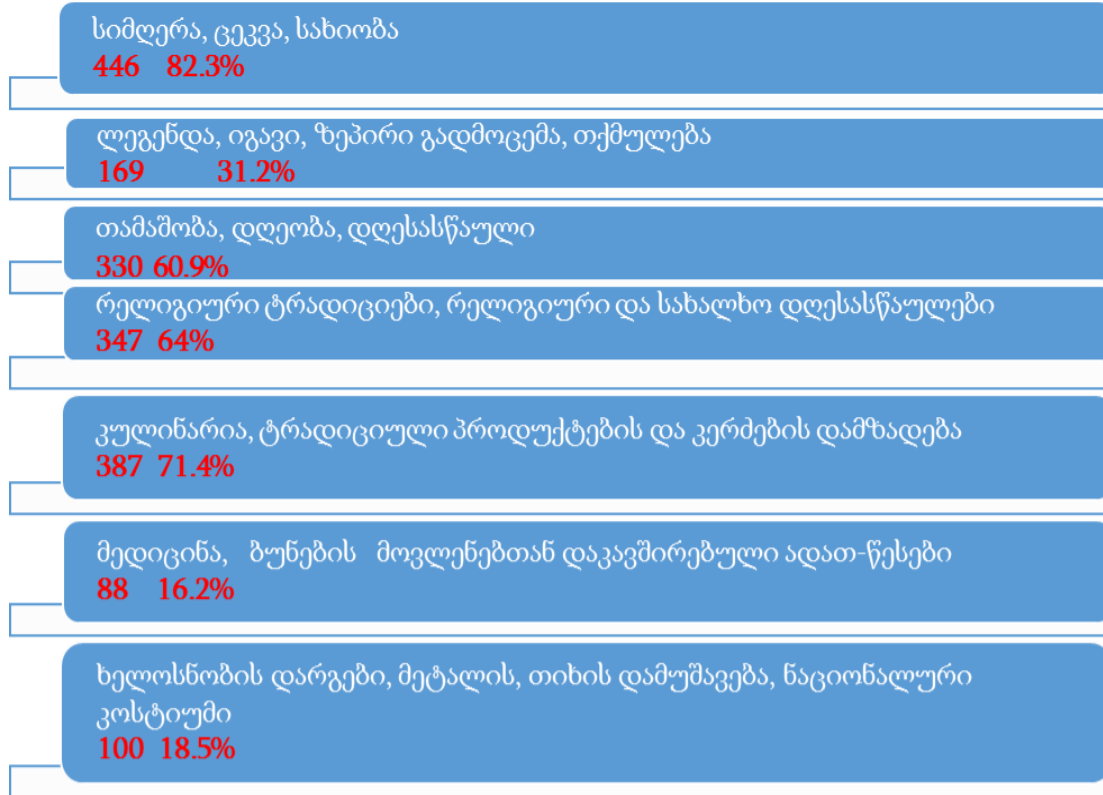
დიაგრამა 1.

შეკითხვაზე ”გსმენიათ ტერმინ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ?“- 88.1%-მა(473) დადებითი პასუხი გასცა, 11.9%-მა(64) კი დაადასტურა, რომ არ იცნობდა ზემოთ ხსენებულ ტერმინს.

დიაგრამა 2.



თქვენი რეგიონის რომელ ცოცხალ ტრადიციულ კულტურას იცნობთ?



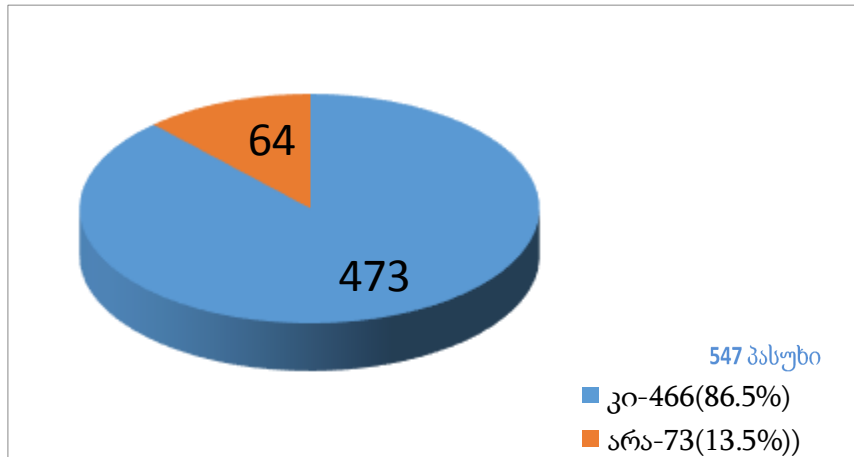
547 პასუხი

547 გამოკითხულიდან „სიმღერა, ცეკვა, სახიობა“ მონიშნა 446-მა ადამიანმა– 82,3%-მა; „ლეგენდა, იგავი, ზეპირი გადმოცემა, თქმულება“– 169 ადამიანმა, გამოკითხულთა 31.2% -მა; „თამაშობა, დღეობა, დღესასწაული“– 330-მა– 60.9%; „რელიგიური ტრადიციები, რელიგიური და სახალხო დღესასწაულები“– 347 ადამიანმა– 64% -მა;

„კულინარია, ტრადიციული პროდუქტების და კერძების დამზადება“– 387 გამოკითხულმა– 71.4%-მა; „მედიცინა, ბუნების მოვლენებთან დაკავშირებული ადათ-წესები“– 88-ამ – 16.2%-მა; „ხელოსნობის დარგები, მეტალის, თიხის დამუშავება, ნაციონალური კოსტიუმი“ – 100 ადამიანმა– 18.5% -მა.

დიაგრამა 3.

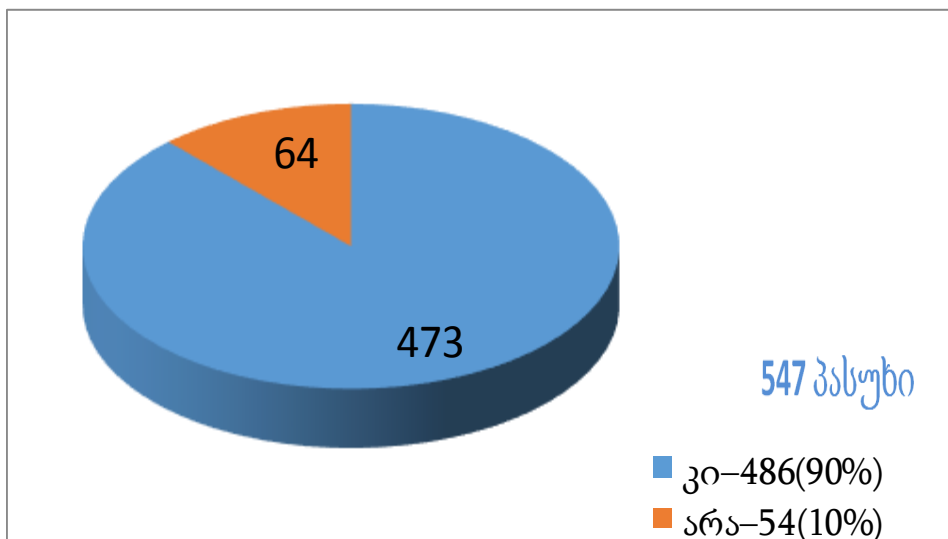
კითხვაზე „ფიქრობთ, რომ თქვენი რეგიონის ტრადიციული კულტურა იმდენად მნიშვნელოვანი და მიმზიდველია, რომ შეიძლება სხვა რეგიონის ადამიანები დაინტერესდნენ და მათი გაცნობა მოუნდეთ?“



გამოკითხულთა 86.5%–მა პროცენტმა მონიშნა „კი“, ხოლო 13, 5%–მა „არა“

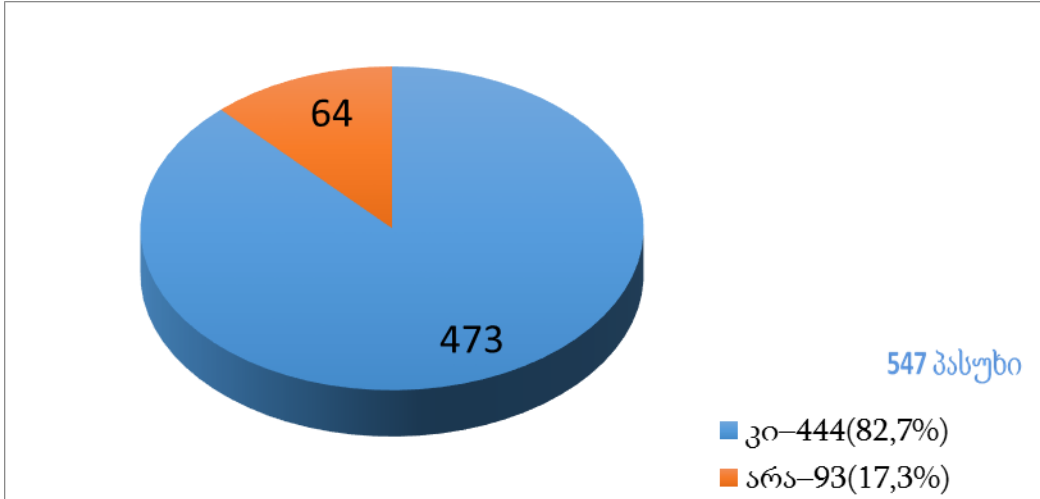
დიაგრამა 4.

„გინდათ რეგიონულ დღესასწაულებზე უცხოელებიც იყვნენ?“ - გამოკითხულთა 90% დაეთანხმა, ხოლო 10%–მა უარი განაცხადა.



დიაგრამა 5.

„ფიქრობთ, რომ ტრადიციულ კულტურას ტურისტული/ეკონომიკური პოტენციალი გააჩნია?“ 444 ადამიანი – 82.7%-მა უპასუხა „კი“, 93 –მა ანუ 17.3%-მა „არა“.



„რომელი ტრადიციული დღესასწაულები და რიტუალები აღინიშნება თქვენს რაიონში?“ ქვემოთ ჩამოთვლილთაგან ვხვდებით, რომ რესპოდენტები საქართველოს სხვადასხვა რეგიონიდან იყვნენ:

- იაკობობა - იაკობ გოგებაშვილისადმი მიძღვნილი დღესასწაული;
- ალილოობა ;
- მარიამ ღვთისმშობლის მიძინების დღესასწაული;
- ათენგენობა;
- ვარძიობა;
- რუსთაველაქობა;
- კალანდობა;
- რელიგიური დღესასწაულები, განსაკუთრებით ნინობა, გიორგობა, შიოობა, ღვთისმშობლობა. "ჭიაკოკონობა";
- 21 სექტემბერს ღვთისმშობლობა;
- კალანდა, ალილო;
- ჩემს კუთხეში განსაკუთრებით აღინიშნება 'ხვამლობა' ..
- ჩხოროწყელობა;

- ღვინის დღესასწაული;
- მარიამობა, შობა, კვირიკობა, გიორგობა;
- ნეკტუნის დღესასწაული ;
- ლომისობა;
- ტრადიციული დღესასწაული: კალობნობა-აღინიშნება ცეკვით, ჯირითით და

სიმღერით.

➤ რაჭველი გახლავართ, ჩემს რეგიონში ტრადიციულად აღინიშნება აღდგომა, გიორგობა, მარიამობა, ღვთისმშობლობა. ასევე აღინიშნება ბუბაობა, სამებობა და კოხინჯრობა.

- გიორგობა, აღდგომა, ამაღლება;
- ლამპრობა, ლიჩედურალ, ლიმზრ, სვიმნობ და სხვა;
- გრანელობა, ფერისცვალება, გიორგობა.
- თედორობა;
- ამაღლების დღეს, სოფელი თელეთობას აღნიშნავს;
- ფესტივალები: ღვინის, ყველის, ყვავილების, მუსიკის, ფოლკლორული მუსიკის და

ა.შ.

- "ილიაობა" , "ალავერდობა" , " ბერიკობა";
- ელიაობა,ჭიდაობა;
- ყველაწმინდობა მხოლოდ ჩვენი რეგიონისთვისაა დამახასიათებელი;
- აკაკიობა;
- ფიროსმანობა. სადაც იმართება ტრადიციული შერკინება ქართულ ჭიდაობაში და

ასევე იმართება ტრადიციული ქართული ცეკვები და ხალხური სიმღერები

- მეკვლეობა,მეგრული კალანდობა,ჯიხაშკარი;
- ყველაწმინდობა, ალავერდობა, ამაღლებობა, კვირაცხოვლობა,

გრანდიოზული(შეჯიბრი ჭიდაობაში);

- ჭყონდიდელობა;
- ლომისობა, პეტრე-პავლობა და სხვები;
- მარიამობა, ამაღლება, ქაშუეთობა, საჯვარეობა, სხიერობა, კოხინჯრობა,

სამება,გიორგობა, შობა, აღდგომა;

- ლამპრობა, თოვლის კოშკის "აგება", ლიფანალი, ლამარია, მურყვამობა, კვირიკობა.
- ჭიაკოკონობა,წაჩხურობა, კონსტანტინეობა ,ფაზისობა და სხვა;
- კლოჭი, აიდი, ხიდრ ნაბი, ჩარშამა სარესალე, როჟი;

➤ კალანდა, ლელო, რთველი.

„როგორ ფიქრობთ, რომელი ტრადიციული კულტურული ღონისძიებები არის მიმზიდველი მათთვის და უცხოელებისათვის“ გასცეს შემდეგი პასუხები:

- თამაშობები;
- ნინობა;
- ქართული ხალხური ცეკვა და სიმღერა;
- გასართობი დღესასწაულები და ასევე სპორტული ღონისძიებები;
- შუამთობა, ბერიკაობა, ნეპტუნის დღესასწაული;
- ლომისობა;
- მცხეთობა;
- ბერიკაობა;
- ქართული ტრადიციული ქორწილი;
- ლიჩედურალ, ჰლიშ ძირითადად;
- ლუდის ხარშვის ტრადიციას და დოლს, სადაც ყველა მონაწილე ვალდებულია

თავისი ცხენი შეკაზმოს ნაციონალური ელემენტებით;

- რთველი, არყის გამოხდა, ღვინის დაწურვა, ჩურჩხელის დამზადება.
- ჭყონდიდობა;
- ალილო, ხინკლის მოხვევის და მომზადების პროცესი, ყველის მრავალფეროვნება

საქართველოში, მთაში დოლი, ლუდის გამოხდა, მთლიანად ლომისობა.

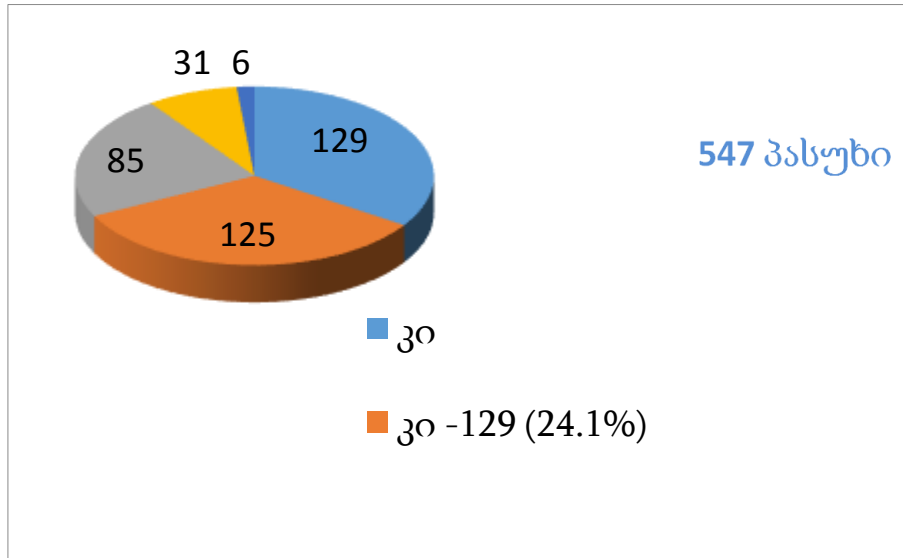
• "ჭიაკოკონობა", ეკლესიის მოხატვა ან ხატწერა, ქართული ტიხრული მინანქრის ნამუშევრები.

• კვირიკობა, ლამარია და ლამპრობა, რასაც ცხადჰყოფს ამ ღონისძიებებზე ყოველწლიურად დამსწრეთა დიდი რაოდენობა.

ზემოთ მოცემულ კითხვებზე პასუხები ცხადყოფს, რომ გამოკითხულთა დიდი ნაწილი, (მათ შორის 54, 4 % იყვნენ 18-25 წლამდე ასაკის ადამიანები) კარგად /ან არ იცნობს თავიანთი კუთხისთვის დამახასიათებელ ტრადიციებს, რადგან ისინი მეტად არ პრაქტიცირდება ან მათი ნაკლები დაინტერესებაა ამ საკითხისადმი. ამიტომაც აუცილებელია რიგი პროგრამების დაგეგმვა ამ მიმართულებით მათი ცნობიერების ასამაღლებლად.

დიაგრამა 6.

„როგორ ფიქრობთ, არსებობს თუ არა საფრთხე არამატერიალურ კულტურული მემკვიდრეობასთან დაკავშირებით?“



რესპოდენტებმა მონიშნეს:

კი	129	ადამიანი	–	24.1%
არა	121			22.6%
არ ვიცი	218			40.7%
არ დავინტერესებულვარ	68			12.7%

კულტურული მემკვიდრეობა არ სრულდება ძეგლებითა და კონკრეტული საგნების კოლექციებით. ის ამავედროულად მოიცავს ტრადიციებსა და ცოცხალი გამოხატვის ფორმებს, რომლებიც მომდინარეობს ჩვენი წინაპრებისაგან და გადაეცემა ჩვენს შთამომავლებს. საუბარია ისეთ ტრადიციებზე როგორცაა: თქმულებები, ზეპირი გადმოცემის ფორმები, საშემსრულებლო ხელოვნება, სოციალური პრაქტიკები, რიტუალები, საზეიმო დღესასწაულები, ბუნებასა და გარემყაროსთან დაკავშირებული ცოდნა და გამოცდილება, ტრადიციული ხელოსნობის დარგები და ტექნიკები. მიუხედავად იმისა, რომ ყველა ზემოთ ჩამოთვლილი არ შეიძლება იყოს მატერიალური – ხელშესახები – ისინი ჩვენი კულტურული მემკვიდრეობის ძალიან მნიშვნელოვან ნაწილს წარმოადგენენ. ეს გახლავთ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა, მემკვიდრეობის ცოცხალი ფორმა, რომელიც მუდმივი ქმნადი პროცესია და ვითარდება ისე,

როგორც ჩვენ ვახდენთ ჩვენი ტრადიციების და საზოგადოებრივი გამოცდილების ადაპტირებას გარემო პირობების შესაბამისად. ის უზრუნველყოფს იდენტურობის, თვითმყოფადობის განცდას და ადამიანებს გვეხმარება აღვიქვათ თავი ჩვენი საკუთარი კულტურის ნაწილად. მსოფლიო იცვლება, შესაბამისად მოდერნიზაცია, მექანიზაცია, ამ ცოცხალი პროცესების ნაწილია, რომლებიც შესაძლოა დაეხმაროს და ხელი შეუწყოს შემოქმედებით პროცესებს. თუმცა ადამიანი მაინც გადამწყვეტ როლს თამაშობს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შექმნასა და მომავალი თაობებისთვის მის შემდგომ გადაცემაში. თემები, ერთობლივად არიან ის ადამიანები რომლებიც ქმნიან, ატარებენ და გადასცემენ არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობას. ერთმა თემმა შესაძლოა გაავრცელოს ისეთი აკმ-ს გამოხატვის ფორმა, რომელიც მსგავსი იქნება სხვა თემის მიერ პრაქტიცირებადი გამოხატვის ფორმისა, მიუხედავად იმისა არიან თუ არა ისინი მეზობელი სოფლებიდან, თუ მსოფლიოს საპირისპირო მხარეს მდებარე ქალაქიდან, ეს იქნება არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა, რადგან მათი გადაცემა თაობიდან თაობაზე ხდებოდა, ყალიბდებოდნენ მათივე გარემოს შესაბამისად და უზრუნველყოფდნენ იმას, რომ თითოეულ თემს ჰქონოდა საკუთარი იდენტობისა და უწყვეტობის განცდა. მსგავსი მემკვიდრეობის გაზიარება ხელს უწყობს სხვების გაგებასა და პატივისცემის გრძნობის ჩამოყალიბებას და აძლიერებს სოციალურ ინტეგრაციას. აკმ-ს სხვადასხვა ფორმების შესახებ ინფორმაციის გავრცელება (სწავლა) ასევე ხელს უწყობს სხვების მიმართ პატივისცემის გაღრმავებასა და კულტურათაშორის დიალოგს³³.

ტურიზმი მჭიდროდ არის დაკავშირებული გართობასთან. საქართველოში არსებობს სხვადასხვა სახის გასართობი ობიექტები, რომელიც მოწონებას იმსახურებს ნებისმიერი ასაკობრივი კატეგორიის წარმომდგენელთათვის. თეატრები, საგამოფენო დარბაზები, გალერეები და ინტერესებულ პირებს მუდმივად განახლებულ სპექტაკლებსა თუ გამოფენებს სთავაზობენ.

საქართველოში ტურიზმის განვითარებას კიდევ უფრო უწყობს ხელს ტურისტების ინტერესი ტრადიციული რელიგიური და წარმართული დღესასწაულების მიმართ საქართველოს სხვადასხვა რაიონებში.

თითოეული ადამიანის ცხოვრებაში, ოჯახში და საზოგადოებაში არსებობს დღეები, რომლებიც გამოირჩევიან ყოველდღიურობისგან, ასეთ დღეებს ჩვენ დღესასწაულებს ვეძახით და მათ ტრადიციის მიხედვით მხიარულად აღვნიშნავთ.

³³ <https://ichgeorgia.wordpress.com/about/>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.

დღესასწაულის მოახლოებას ჩვენ კალენდრის მეშვეობით ვიგებთ, რომელიც შეგვახსენებს ამა თუ იმ მოვლენას. ანიმაციური გაფორმებისა, თეატრალიზაციის ან/ და რაიმე ქმედების გარეშე ამ დღემ შეიძლება შეუმჩნეველად ჩაიაროს და არ დატოვოს არანაირი მოგონება. არსებობს საშუალებები, რათა ეს დღეები ნათელი და დაუვიწყარი გახდეს. ამ მიზნით შეისწავლება დღესასწაულების, ტრადიციების, ცერემონიების წარმომავლობა და ამის მიხედვით დგება სამოქმედო პროგრამა. ამასთან ერთად ხდება მონაწილეების ტანსაცმლის, სამზარეულოს და მოქმედებების მიმდევრობის შერჩევა. დღესასწაული მეორდება ყოველ წელს და ამ დღისთვის ემზადება მთელი მოსახლეობა.

დღესასწაულების რაოდენობა ბევრია და თითოეულ მათგანს გააჩნია აღნიშვნის სხვადასხვა ფორმა. მათ აღნიშნავენ, როგორც სამუშაო, ასევე არასამუშაო დღეებში. მათი კლასიფიკაცია შეიძლება გეოგრაფიულად, კონფენსიონალური და პროფესიული ნიშნით. არსებობს რელიგიური საერთაშორისო, სახელმწიფო-ოფიციალური, კალენდარული, სახალხო, პროფესიული, ადგილობრივი მნიშვნელობის, არაოფიციალური და ოჯახური დღესასწაულები.

როგორც წესი, რელიგიურ დღესასწაულებს აღნიშნავს არამარტო მორწმუნე ხალხი, არამედ მთელი მოსახლეობა. მაგალითად, საქართველოს თითოეული მცხოვრები იცნობს და აღნიშნავს აღდგომის დღესასწაულს, შობას-7 იანვარს, რომელსაც ასევე გააჩნია სახელმწიფო დღესასწაულის მნიშვნელობა. ასეთ დღეებში ეკლესიებში აღევლინება ღვთისმსახურება, სახლებში ამზადებენ საზეიმო სუფრას ტრადიციების გათვალისწინებით.

წინასააღდგომო კვირას, ბზის კურთხევის შემდგომ ეკლესიაში მიღებული იყო მსვლელობა, საეკლესიო საზოგადოების გალობით, მორთულობით და სხვადასხვა ტკბილეულობით, რომელსაც მსახურობის შემდეგ მიერთმევენ.

21 მარტი – ნავრუზობის დღესასწაული- დღე, როდესაც დღე და ღამე თანასწორი ხდება და გაზაფხული საბოლოოდ იკრეფს თავის ძალას, დგება მინდვრის სამუშაოების და მიწათმოქმედების ახალი იმედების დრო. ამ დღის აღსანიშნავად ოჯახის ოფროსი და მისი შვილები წვავდნენ მწვადს, ამზადებდნენ ფლავს, მათ შორის ტკბილსაც, ბრინჯისგან და სხვადასხვა მარცვლეულისგან, კორკოტს მოხარშული ხორბლისგან და თაფლისგან. როგორც სხვადასხვა ერებში ამ დღესასწაულის აზრი მდგომარეობს იმაში, რომ მრავალფეროვანი სუფრის მომზადებით წელიწადი იქნეს ბედნიერი.

სახელმწიფო დღესასწაულები, ეს არის სახელმწიფოს მიერ დაწესებული დღესასწაულები. მათი მიზანია ხალხისთვის ისტორიული ფაქტების შეხსენება და პატრიოტული გრძნობების გაღვივება. როგორც წესი, ასეთი დღესასწაულები საზეიმოდ არის მოწყობილი და

პომპეზურად მიმდინარეობს, რითაც ხალხის დიდ რაოდენობას იზიდავენ. ასეთ დღესასწაულებს ქმნიან შემოქმედებითი ჯგუფები, რომლებიც თავიანთ წარმოდგენებს ამ დღესასწაულის შინაარსის გათვალისწინებით სთავაზობენ.

ცეკვა-სიმღერები ყოველწლიურად სრულდება ისეთ ტრადიციულ სახალხო დღესასწაულებზე, როგორებიცაა „შუამთობა“, „კოლხობა“, „ტბელობა“ და სხვ. იმართება სახალხო სეირნობა, შეჯიბრებანი სპორტის ტრადიციულ-ეროვნულ სახეობებში - ისინდსა და ქართულ ჭიდაობაში, აგრეთვე ეწყობა ადგილობრივი რეწვის პროდუქტების გამოფენა-გაყიდვა. დღესასწაულები საზეიმო წარმოდგენით მთავრდება.

ტურისტულმა სააგენტოებმა(ტუროპერატორებმა) ტურები უნდა მიუსადაგონ ადგილობრივ კალენდარს და მათ მიხედვით ჩართონ ისინი თავიანთ ტურისტულ პროდუქტში. ასევე აუცილებელია ადგილობრივი თემებისგან მიიღონ თანხმობა ოფიციალური-ხელშეკრულებით ან არაოფიციალურად, რომ ისინი თანახმა არიან მათ დღესასწაულებსა თუ რიტუალებში ტურისტებმაც მიიღონ მონაწილეობა. ადგილობრივ მოსახლეობას უნდა განემარტოს, თუ რა სარგებელს მიიღებენ აქედან თვით ისინი. სარგებელი შეიძლება იყონ ფულადი ფორმით გამოხატული ან სოციალური სარგებელი.

"შუამთობა" უძველესი ქართული დღესასწაულია და იგი ჩვეულებრივ, მთის სამუშაოთა სეზონის შუა პერიოდს ემთხვევა. ეს ტრადიცია უკვე მრავალი წელია გრძელდება და ის დიდი სახალხო დღესასწაულია.

ხულოს რაიონის სოფ. ხიხამირში, ტბელ აბუსერისძის მშობლიურ სოფელში იმართება ტბელობა. აგრეთვე აღინიშნება სხალთაში, ფურტიოში, თხილვანაში.

"კოლხობის" დღესასწაულს განსაკუთრებული აზრი და შინაარსი გააჩნდა.. სწორედ მითი უდევს საფუძვლად დიდ თეატრალიზირებულ სანახაობას სახელწოდებით „კოლხობა“, რომელიც ადგილობრივ მოსახლეობაში "ქვამხაზობის" სახელწოდებითაა ცნობილი.

ჩაოობა მაისის პირველი შაბათ-კვირა. ჩაოობა ხულოს მუნიციპალიტეტში ტარდება, სოფ. ჩაოში.

სელიმობა 3 ივნისი. ხულოს მუნიციპალიტეტში ტარდება, სოფ. ბაკოში. ამ დღეს იხსენებენ სელიმ ხიმშიაშვილის მოღვაწეობას, ტარდება კონცერტი ადგილობრივი თვითშემოქმედებითი კოლექტივების მონაწილეობით, ხალხური რეწვის ნაწარმთა გამოფენა.

სარიჩაიობა 4-5 აგვისტო. ტრადიციული დღესასწაული, რომელიც იმართება ხულოს მუნიციპალიტეტის სოფელ სარიჩაიში. იმართება დოღი. ეწყობა ხალხური რეწვის ნაწარმთა გამოფენა, მონაწილეობენ ფოლკლორული ანსამბლები.

მაჭახლობა სექტემბრის მეორე ნახევარში. მაჭახლის ხეობის დღესასწაული. ტრადიციული დღესასწაული, რომელიც იმართება ხელვაჩაურის მუნიციპალიტეტში, მაჭახლის ხეობაში.

ბათუმში ყოველწლიურად იმართება ფოლკლორის ფესტივალი, რომელიც ღია ცის ქვეშ დადგმულ სტილიზებულ სცენაზე იმართება და სანახაობრივი გრანდიოზულობით ატყვევებს ტურისტებს. ყოველ ზაფხულს ბათუმი მასპინძლობს სიმფონიური მუსიკის ფესტივალს. რამოდენიმე დღით პატარა ქალაქი ღვთაებრივი მუსიკის ჰანგებით ივსება. ამ დროს ტურისტების მოზღვაება შეიმჩნევა, როგორც დედაქალაქიდან და რეგიონებიდან, ასევე მეზობელი თურქეთიდანაც.

ნეპტუნობა არის ბათუმში კიდევ ერთი ძალიან ლამაზი და მხიარული ტრადიციული დღესასწაული. აგვისტოს თვეში ადგილობრივი მცხოვრებლები და დამსვენებლები პლიაჟზე აწყობენ ნეპტუნის დღესასწაულს. ეს არაჩვეულებრივი სანახაობაა. მზეზე გარუჯული ლაღი და ბედნიერი ადამიანები მზეს, ზღვას, სიცოცხლეს შეჰხარებენ. ეს მხიარულება გვიან ღამემდეგრძელდება და ბევრი სასაცილო კონკურსისა და თამაშობისგან შედგება.

ლომისობა აღდგომის მე-7 კვირა. აღინიშნება არაგვისა და ქსნის ხეობაში. ქრისტიანობამდე ლომისა უმნიშვნელოვანესი წარმართული ღვთაება იყო მთიულეთში. მისი სახელობის სალოცავებიდან ერთი ქსნისა და არაგვის წყალგამყოფ ქედზეა, ხოლო მეორე სოფელ მღეთაში. ამ დღეს მღეთაში მლოცველები იკრიბებიან მთელი აღმოსავლეთ საქართველოდან. ტრადიციის თანახმად, დეკანოზები გამოასვენებდნენ დროშას და "ფერხისას" სიმღერით აიტანდნენ მთაზე, სადაც იმართებოდა დღეობა შესაწირავით.

300 არაგველობა ივნისი. სახალხო დღესასწაული - 300 არაგველის პატივსაცემად, აღინიშნება ივნისის თვეში დაბა ჟინვალში.

კოპალობა 12 ივლისი. კოპალა წინაქრისტიანული სათემო ღვთაებაა მთაში. მისი ძირითადი სამლოცველო იყო ფშავში (სოფ. უძილაურთა) და ხევსურეთში (ლიქოკისხეობა, ჭალაისოფელი). იმართება სახალისო ტრადიციული თამაშობები, როგორცაა საკარგემოს დალევა 5 ლიტრინი ლუდით სავსე სათლიდან, მმინარესთვის ცალი ფეხსაცმლის დამალვა და მერე პროდუქტით, ან არყით გამოხსნა, რათა მერე სუფრა გაიშალოს და ქეიფი გაგრძელდეს.

ელაობა 20 ივლისი. ელია ქართული წარმართული ღვთაებაა, წვიმა-სეტყვისა და ჭექა-ქუხილის განმგებელი.

ათენგენობა 18-23 ივლისი. ქრისტიანული დღესასწაულია(წარმართული ფესვებით). დაუწესებიათ მე-3 - მე-4 საუკუნეების მიჯნაზე წამებული ბერძენი მღვდელთმთავრის ათენგენე სებასტიელის მოსახსენიებლად. განეკუთვნება მოძრავ დღესასწაულთა რიცხვს. იმართება

აღდგომიდან 98-ე დღეს ("დღესა ვარდობასა"). დღესასწაული შემორჩენილია აღმოსავლეთ საქართველოს მთაში. ხალხი შესაწირავითა და სათანადო რიტუალის შესრულებით შესთხოვს ხატს მფარველობას.

იახსარობა (არაუგვიანეს 25 ივლისისა). წარმართული ღვათაებაა ფშავ-ხევსურეთში, მთიულეთ-გუდამაყარში და ერწო-თიანეთში. საკულტო სადღესასწაულო ცენტრია სოფელი შუაფხო.

ვაჟაობა აგვისტო-სექტემბერი. ვაჟა-ფშაველასადმი მიძღვნილი სახალხო დღესასწაულია, რომელიც ყოველი წლის აგვისტო-სექტემბერში იმართება პოეტის მშობლიურ სოფელ ჩარგალში, სადაც ამჟამად მისი სახლ-მუზეუმი. ვაჟაობაზე ჩამოდიან ცნობილი მწერლები, სახალხო მოქმედები, საზოგადო მოღვაწეები, მოსწავლეები და სტუდენტები, ყველა, ვისაც ვაჟა-ფშაველას შემოქმედება უყვარს. იმართება პოეზიის საღამო, საზეიმო კონცერტი.

ლაშარობა 1 ოქტომბერი. ლაშარის ჯვარი ფშავის მთავარი სალოცავია. საკულტო ცენტრი მდებარეობს არაგვის ხეობის ზედა წელში, სოფელ ხოშარის მომიჯნავე ე.წ. "ლაშარის გორაზე". ლაშარობა აღინიშნება თიანეთში, ხევსურეთსა და ფშავში. ძველი ტრადიციის თანახმად ტარდება მსხვერპლშეწირვის რიტუალი, ხევისბერის მიერ წმინდა დროშის გამობრძანება და მლოცველთა დალოცვა. ასევე იმართება ტრადიციული დოღი და კულტურული ღონისძიებები.

შატილობა (სექტემბერ-ოქტომბერი). სახალხო დღესასწაული, აღინიშნება შემოდგომით - სოფ. შატილში.

ყაზბეგობა 9 ოქტომბერი. ტრადიციული ლუდის ხარშვა, სახალხო სეირნობა, ხალხური რეწვის ნიმუშების გამოფენა-გაყიდვა, დოღი, მღერიან ხალხურ სიმღერებს.

ბახმაროს დოღი (19 აგვისტო). ყოველ ფერიცვალებას, გურიაში კურორტ ბახმაროში იმართება ტრადიციული დოღი, მარულა.

ალავერდობა 29 სექტემბერი. ალავერდობა უძველესი რელიგიური დღესასწაულია. საქართველოს მართლმადიდებლური ეკლესია ღირსი იოსებ ალავერდელის ხსენების დღეს აღნიშნავს. ალავერდობა იწყებოდა 29 სექტემბერს და გრძელდებოდა სამ კვირას. სამსაფეხურიანი ციკლი (თავი ალავერდობა, შუა ალავერდობა და ბოლო ალავერდობა) უკავშირდებოდა წინაქრისტიანულ რწმენა-წარმოდგენებს, კერძოდ, მთვარის კულტს, მთვარის ფაზების ცვალებადობას.

კვირიკობა 28 ივლისი. წმინდა კვირიკესა და წმინდა ივლიტას წამების დღეს, აღინიშნება რელიგიური დღესასწაული კვირიკობა, რომელსაც სვანეთში ლაგურკას ეძახიან. დღესასწაულის ეპიცენტრია უშგულის თემის სოფ. კალა.

შოთაობა 22 ოქტომბერი. ასპინძის მუნიციპალიტეტ სოფ.რუსთავში ტარდება ტრადიციული დღესასწაული შოთაობა, პოეზიის და ხალხური შემოქმედების საღამო.

კონსტანტინეობა აღინიშნება 1989 წლიდან, ყოველი წლის 15 მაისს, ქართველი კლასიკოსი მწერლის კონსტანტინე გამსახურდიას დაბადების დღეს. სახალხო ზეიმი იმართება კონსტანტინე გამსახურდიას სახლ-მუზეუმში. ზეიმზე ჩამოდიან საქართველოს ყველა კუთხიდან მწერლები და პოეტები, საზოგადო მოღვაწეები. იმართება პოეზიის საღამო, მარულა და სახალხო სეირნობა.

ვლაქერნობა. ყოველი წლის 15 ივლისს, (ძვ.სტ.-2 ივლისი), ყოვლადწმიდა ღვთისმშობლის კვართის შემოსვის მსოფლიო დღეს, ზუგდიდის ვლაქერნის ღვთისმშობლის სახელობის საკათედრო ტაძარში ტარდება წირვა - ლოცვა, ხდება კვართის გადმობრძანება დადიანების სასახლეთა ისტორიულ-არქიტექტურული მუზეუმიდან. დღესასწაულზე კვართზე სამთხვევად ჩამოდის მთელი მსოფლიოს მართლმადიდებლური მრევლი.

ჯარალუა. სახალხო დღესასწაული წალენჯიხაში, აღინიშნება 1995 წლიდან, ყოველი წლის ოქტომბრის ბოლო კვირას. იმართება რაიონის თვითშემოქმედი კოლექტივების გამოფენა-კონკურსები, ფოლკლორის საღამოები, სოფლის მეურნეობის ნაწარმის გამოფენა-გაყიდვა.

ჭყონდიდელობა. 2004 წელს საქართველოს საპატრიარქოს წმინდა სინოდის მიერ დაწესდა გიორგი ჭყონდიდელის ხსენების დღე – ჭყონდიდელობა. ამ დღეს პატრიარქის ლოცვა-კურთხევით მარტვილის საკათედრო ტაძარში აღევლინება წირვა-ლოცვა. იმართება სახალხო სეირნობა.

ვაზისობა იმართება 1992 წლიდან, ყოველი წლის ოქტომბრის ბოლო შაბათ-კვირას. ტარდება სხვადასხვა სახის გამოფენები, ადგილობრივი მხატვრების, შემოქმედებითი კოლექტივების, ადგილობრივი სხვადასხვა სახის პროდუქტების გამოფენა-გაყიდვა. იმართება კონცერტები და სახალხო სეირნობა.

დღესასწაულები ტურიზმის ორგანიზატორებისთვის, შემოქმედებითი განვითარების სათავეა. მათი მეშვეობით ისინი თემატიკის მიხედვით მრავალფეროვან ანიმაციურ პროგრამებს ქმნიან.

კაცობრიობას მთელი მისი ისტორიის მანძილზე თან სდევს **თამაში**, რომელიც გადაჯაჭვულია მაგიასთან, საკულტო ქცევასთან, სპორტთან, სამხედრო და სხვა წვრთნებთან, ხელოვნებასთან, განსაკუთრებით კი მისი საშემსრულებლო ფორმები. თამაშის მკვლევარები მის წარმოშობას ძირითადად სოციალური ჯგუფის მაგიურ- საკულტო საჭიროებებს უკავშირებენ.

თამაშის გაანალიზების შემდეგ მივდივართ იმ დასკვნამდე, რომ თამაში არის ერთ-ერთი უძველესი განათლების, სწავლისა და განვითარების საშუალება. თამაში უფროსი თაობის გამოცდილების ახალგაზრდა თაობაზე გადაცემის მნიშვნელოვანი საშუალებაა. მისი საშუალებით

შესაძლებელია ცხოვრებისეული და სწავლის პრობლემური სიტუაციების მოდელირება. თამაშის დროს გამოიყენება და მდიდრდება პირადი გამოცდილება. თამაში არის სოციალური ურთიერთქმედების მოდელი.

ბოლო ათწლეულების განმავლობაში გრძელდებოდა თამაშის, როგორც სოციალური მოვლენის სოციალურ, ფსიქოლოგიურ და სოციალურ ანთროპოლოგიური შესწავლა, განსაკუთრებით მისი სოციალური ღირებულებით.

თანამედროვე ცხოვრება ხასიათდება სწრაფი ტემპით, ფსიქიკური სტრესებით, ადამიანის ემოციური დისბალანსით. იზრდება ნერვული სისტემის დაავადებების რისკი. დასვენების საქმიანობასთან ერთად გართობა ხელს უწყობს დამაბულობის მოხსნასა და ჭარბი ენერჯისაგან განთავისუფლებას. გართობის ინდუსტრიის მნიშვნელოვან ღირებულებით ორიენტაციას წარმოადგენს რეალობიდან გაქცევა, ადამიანის დასვენება–რელაქსაცია.

თამაში არის ადამიანის საქმიანობის არაპროდუქტიული სახეობა, რომლის მოტივაცია მდგომარეობს არა მის შედეგებში, არამედ პროცესში. თამაშის მთავარი მიზანია- ადამიანის განვითარება, მისი ფოკუსირება შემოქმედებითი ექსპერიმენტული საქციელისადმი. თამაშით ადამიანი სწავლობს, ასევე ეხმარება მას ძალების აღდგენაში და ა.შ. თამაშის ყველა ფუნქცია მჭიდროდაა ურთიერთდაკავშირებული, რომელთაც აქვთ საერთო მიზანი- გართობას პლუს ადამიანში ჩადებული ძირითადი უნარებისა და შესაძლებლობების განვითარება.

თამაშს დიდი ადგილი უჭირავს ტურისტების ცხოვრებაში. ტურისტული საწარმოების პრაქტიკაში გამოიყენება როლური, დიდაქტიკური, ხალხური თამაშები, სიმღერა, გეოგრაფიული, ლიტერატურული, ინტელექტუალური, საინფორმაციო, იუმორისტული, მუსიკალური, სპორტული, სიუჟეტური და მასობრივი თამაშები.

თამაშს აქვს ძალიან დიდი შემოქმედებითი პოტენციალი, რომელიც გამოყენებული უნდა იყოს ტურისტული ანიმაციური საქმიანობის მიზნით. თამაში შეიძლება გამოყენებულ იქნას, რათა ტურისტებმა ისწავლონ:

- სათამაშო სივრცეში ცხოვრება, მთლიანად ჩაეფლონ თამაშის სამყაროსა და სათამაშო ურთიერთობებში;
- იყონ თავისუფალი სათამაშო სივრცეში, საკუთარი თავისებურებების შეცნობა და გუნდთან ურთიერთობების დამყარება;
- სათამაშო გამოცდილების გააზრება, თამაშის გამოყენება საკუთარი თავის შეცნობისა და ცხოვრებისეული ექსპერიმენტის ინსტრუმენტად;

ყოველდღიურ ცხოვრებაში თამაში განიხილება, როგორც გართობა და დასვენება, დროის საინტერესოდ და სასიამოვნოდ გატარების მეთოდი. გამოგონილია ბევრი სხვადასხვა ტიპის ტესტი, თამაში, კონკურსი, შეჯიბრება, ვიქტორინა, რომელთაც სხვადასხვა მიმართულება აქვთ. ამ სახის გართობა შეიძლება იყოს იუმორისტული, ინტელექტუალური, სამეცნიერო, ექსპერიმენტული, ფსიქოლოგიური, პედაგოგიური და ა.შ.

საქართველოში ტრადიციული თამაშები/თამაშობები ოდითგანვე იყო ცნობილი. ბევრი მათგანი შთამომავლობამ შემოინახა, რომლებიც დღესაც პრაქტიცირდება, ზოგი კი მივიწყებას მიეცა. თითოეული მათგანის განახლება და ჩართვა ტურიზმში შესაძლებელია ანიმაციურ-თეატრალიზებული ღონისძიებების მეშვეობით. ტუროპერატორებმა აუცილებელია თანხმობა მიიღონ ადგილობრივი თემებისგან ან მათთან შეთანხმების საფუძველზე ჩართონ თამაში თავიანთ ტურპაკეტებში როგორც ძირითადი პროდუქტი ან როგორც დამატებითი მომსახურება.

ტრადიციულ ქართულ თამაშობებს განეკუთვნება:

1. ასკინკილა. (აღმოსავლეთ საქართველოს მთიან კუთხეებში - "კინკილაობა", "სალაობა", "ლიპარიტი", სვანეთში - "კირინკაჩხვ", ან "ჭირინჭვა"), საბავშვო თამაში, ცალ ფეხზე ხტუნვა-სირბილი. ზოგჯერ დაჭერობანას თამაშისას ერთი ბავშვი ასკინკილა დასდევს დანარჩენებს დასაჭერად; ზოგჯერ ორ გუნდს შორის იმართება შეჯიბრება ასკინკილათი სირბილში. თამაშობენ ასეც: მიწაზე დახაზავენ 8 ან 10 უჯრედს და ასკინკილა ხტომით, ფეხის წვერით გადააქვთ ბრტელი ქვა (სალა) ერთი უჯრედიდან ("ბოსტნიდან") მეორეში; თუ ქვა ხაზზე შერჩა, მოთამაშე "ჩაჭრილია". მოგებულად ის ითვლება, ვინც ბოლომდე "ჩაუჭრელად" გავა. საქართველოს სხვადასხვა კუთხეში დამოწმებულია თამაშის სხვა ვარიანტებიც. ცნობილია აგრეთვე ასკინკილას უფრო ძველი სახეობები. ასკინკილათი ხტუნვა ხშირად გამოყენებულია სხვა ქართულ თამაშებშიც - დამარცხებულის "დასჯისას".

2. ასპარეზობა, ასპარეზობის სახეებიდან საქართველოში გავრცელებული იყო საკუთრივ ცხენოსნობა (დგენა, დოლი, მარულა, ცხენნი, ჯირითი, თარჩია), ბურთაობა (ჩოგანბურთი, გადრი, რადი), საგანთსროლა (ყაბახი, აშფაშაგი), ჩალისობა და სხვა შეჯიბრი, რაც ცხენთან, ცხენოსნობასთან იყო დაკავშირებული. ასპარეზობა ნადირობასთან ერთად ფიზიკურ აღზრდის მთავარ საშუალებას წარმოადგენდა. თანამედროვე გაგებით ასპარეზობა ყოველგვარი სპორტის შეჯიბრებაა.

3. ბერიკაობა(მიენიჭა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლის სტატუსი) ქართული ხალხური იმპროვიზაციული ნიღბების თეატრი. ტერმინი ბერიკაობა განაყოფიერებისა

და შვილიერების კულტის სადიდებელ სანახაობას აღნიშნავს და ნაწარმოებია საერთო ქართველური ძირიდან „ბერ“ (შვილი).

ბერიკაობას ბერიკები ასრულებდნენ. სცენარები, რომელთა საფუძველზეც იქმნებოდა ბერიკული წარმოდგენები, საუკუნეთა მანძილზე იცვლებოდა, ახალი შინაარსით მდიდრდებოდა და თაობიდან თაობას გადაეცემოდა. მათი კონკრეტული მოქმედებით განსახიერება და სიტყვიერი მასალით ხორცშესხმა მთლიანად ბერიკების ნიჭსა და უნარზე იყო დამოკიდებული. ბერიკულ წარმოდგენებში შემონახულის განაყოფიერებისა და შვილიერების ღვთაების სადიდებელი მისტერიის გადმონაშთი (მაგ. ყვარლის რაიონის სოფ. საბუეში, აგრეთვე ადიგენის რაიონის სოფ. უდეში, ახმეტის რაიონის სოფ. მატანში დღესაც სრულდება ოდესღაც ტახღვთაების გარდაცვალებასა და მის აღდგომა-გაცოცხლებასთან დაკავშირებული მისტერიის სცენები). დროთა ვითარებაში ბერიკაობამ დაკარგა საკულტო-რელიგიური დანიშნულება და მშრომელი ხალხის ცხოვრების, მისი მისწრაფებების გამომსახველად იქცა. ბერიკების მრავალი სიუჟეტი შეიცავს უცხოელ დამპყრობთა წინააღმდეგ ქართველი ხალხის ბრძოლის სურათებს, თავადების, ეკლესიის მსახურთა, მოსამართლეთა საქმიანობის მამხილებელ სცენებს. ჩვენამდე მოღწეულია ბერიკაობის 100-მდე სიუჟეტი. მათი უმეტესობა კომიკურია და ძირითადად შექმნილია საყოფაცხოვრებო თემაზე. ბერიკაობა სამგვარი წყობისა იყო: კარდაკარ სასიარულო, მოედანზე სათამაშო და სადარბაზო. აქვე გვინდა აღვნიშნოთ, რომ ტურიზმის მიზნით ამ ტრადიციის გამოყენება უნდა მოხდეს მხოლოდ მისი ჩატარების დროს კონკრეტულ კულტურულ სივრცეში³⁴. შესაძლებელია ასევე იგი გარკვეულ თემებში ნაჩვენები იქნეს ტურისტებისთვის, მხოლოდ ამ თემებთან შეთანხმების საფუძველზე.

4. თარჩია, ძველებური ქართული ცხენოსნური თამაში გავრცელებული აფხაზეთსა და სამეგრელოში. თამაშობენ მოედანზე ან მინდორზე. წინასწარ განსაზღვრავენ თამაშისათვის განკუთვნილ დროს. ჯერ თამაშში მონაწილეობის მსურველებს იწვევენ, შემდეგ თამაშის 4-ვე მონაწილე შეჯიბრებაზე დამსწრე ქალიშვილთაგან აირჩევენ მსაჯს. მსაჯი თავის მხრივ ერთ-ერთ მონაწილეს მკლავზე ან საყელოზე დაუმაგრებს ფერად მანდილს (ამ მოთამაშესაც თარჩია ჰქვია). შემდეგ მოთამაშეები დასცილდებიან მსაჯს 100 მ და მსაჯის ნიშანზე თამაში იწყება. თამაშის მიზანია დაეწიონ თარჩიას, რომელიც ყოველნაირად ცდილობს თავი დააღწიოს მდევრებს და მანდილი მსაჯს დაუბრუნოს. თუ მოთამაშემ ეს მოახერხა, გამარჯვებულად ცხადდება და მსაჯი

³⁴ კულტურული სივრცე- კონკრეტული გეოგრაფიული არეალი, რომელიც დაკავშირებულია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პრაქტიციურობასთან და წარმოადგენს მისი არსებობისთვის აუცილებელ გარემოს.

მას იმავე მანდილით აჯილდოებს, თუ რომელიმე მოთამაშე დაეწევა თარჩიას და ჩამოართმევს მანდილს, თამაში შეწყდება, მონაწილენი მანდილის ახალ პატრონს 50 მ-ით სცილდებიან და მსაჯის ნიშანზე თარჩია კვლავ იწყება.

5. ლახტაობა, საქართველოს სხვადასხვა კუთხეში გავრცელებული ხალხური თამაში. მოთამაშე ვაჟები კენჭისყრით ორ თანაბარ ჯგუფად იყოფიან. ერთი ჯგუფი თავმდამსხმელებისაგან შედგება, მეორე — თავდამცველებისაგან, რომლებიც იცავენ ლახტებს და თავიანთ თავს. ლახტაობა ერთ-ერთი ფართოდ გავრცელებული თამაში იყო ძველ საქართველოში, იგი მიზნად სიმამაცის და ვაჟკაცური თვისებების გამომუშავებას ისახავდა ახალგაზრდობაში. ამ თამაშში თავისებურად უნდა იყოს ასახული სიმაგრეთა დაცვის სიმბოლიკა.

6. ლელობურთი – სპორტის სახეობა, რაგბის ქართული წინამორბედი. დასავლეთ საქართველოში გავრცელებული სპორტის უძველესი ეროვნული სახეობა, გუნდური თამაში ბურთით. აკადემიკოს ნიკო მარის მიხედვით, ლელოს მსგავსი თამაში გავრცელებული ყოფილა ბასკეთშიც, სადაც გამარჯვებული გუნდის წევრები ლელოს გატანის დროს სიხარულს გამოხატავდნენ საბრძოლო შემახილით – “ლელო!”, რაც მზის კულტთან დაკავშირებული წარმართული ღვთაების სახელი იყო. გურია-სამეგრელოში ლელოს თამაში ბოლო დრომდე შემორჩა. ყოველ წელს აღდგომას გურიის რეგიონის სოფელ ზემო და ქვემო შუხუთის მაცხოვრებლები ტრადიციულ ქართულ თამაშში, ლელობურთში ეჯიბრებიან ერთმანეთს. თამაშის წესები მარტივია – მოთამაშეთა რაოდენობა თითოეულ გუნდში არ არის განსაზღვრული; არც თამაშის დადგენილი დრო არსებობს; თამაში მაშინ სრულდება, როდესაც ერთი გუნდი წარმატებით გადაიტანს სილით დატენილ მძიმე ბურთს მოწინააღმდეგის ხაზს იქით. რადგან ეს ტრადიციული თამაში ყოველ აღდგომას ტარდება, ტუროპერატორებისთვის ადვილი იქნება ადგილობრივ მოსახლეობასთან შეთანხმებით თავიანთ ტურებში ჩართონ იგი და შესთავაზონ ტურისტებს, რადგან მათთვის წინასწარვე იქნება ცნობილი ჩატარების ადგილი და დრო.

7. ყაბახი — ძველი ქართული ცხენოსნური თამაში. თამაშის მიზანია: ანძაზე (ყაბახზე) შემოდებული ნიშნის (უმთავრესად თასის) ისრით ჩამოგდება. შინაარსი და წესები: მშვილდოსანი მხედრები მწკრივდებიან სასტარტო ხაზთან. მსაჯის ნიშანზე ერთ-ერთი მხედარი ჭენებით უახლოვდება ანძას, რომელზეც შემოდებულია სანიშნო საგანი. ანძასთან სასურველ მანძილზე მიახლოვებისას მხედარი. ისარს გაისვრის მიზნის მიმართულებით, შემდეგ გადაკვეთს ფინიშის ხაზს და ჩერდება. მას შემდეგ, რაც შეჯიბრის მონაწილენი დაამთავრებენ პირველ ცდას, მათ ეძლევათ მეორე ცდის უფლება; ამჯერად უკვე ფინიშის ხაზი სტარტის ხაზად იქცევა. შეჯიბრების

შედეგები ვლინდება იმის მიხედვით, თუ რამდენჯერ შეძლებენ მხედრები სამიზნის გადმოგდებას და რამდენ დროს დახარჯავენ ამისათვის.

8. ფარიკაობა (ხევსურული)— ხევსურების სამხედრო-ფიზიკური აღზრდის შემადგენელი ნაწილი, ცივი იარაღის ფლობის ერთ-ერთი ფორმა, გორდით ფარიკაობა, ფარის აუცილებელი გამოყენებით. აღსანიშნავია, რომ ფარიკაობის ჩვეულება და წესები XX საუკუნის 50-იანი წლებისთვის უფრო შემონახული იყო პირაქეთა ხევსურეთში, ვიდრე პირიქითაში, სადაც ეს ჩვეულება თითქმის უკვე მთლიანად დავიწყებას იყო მიცემული. ტუროპერატორებს შეეძლებათ ტურები დაგეგმონ ისე, რომ ტურისტებს შესთავაზონ ფარიკაობაში მონაწილეობის მიღება იმ კულტურულ სივრცეში, სადაც ეს ტრადიცია პრაქტიცირდება. ამისათვის კი საჭიროა ადგილზე, ხევსურეთში არსებობდეს ფარიკაობის შემსწავლელი კურსები, ასევე ხევსურული სამოსის-ტალავარის გაქირავების პუნქტი, რაც თავის მხრივ ადგილობრივი მოსახლეობისთვის შემოსავლის წყარო გახდება.

9. ხალხური სპორტის ერთგარ სახეობად მიაჩნიათ ხევსურული “კეჭნაობა“ („ჭრა-ჭრილობა“). ის, ფაქტობრივად, ორ მხარეს შორის წაჩხუბება იყო. ერთი გვარის წევრები არ კეჭნაობდნენ. კეჭნაობისას ერთმანეთს მსუბუქად ჭრიდნენ. მოკეჭნავის სიძლიერე მოწინააღმდეგის მსუბუქად დაჭრაში გამოიხატებოდა. ასეთი მოკეჭნავე პატივით სარგებლობდა, რადგან მიაჩნდათ, რომ ძლიერი ადამიანი ხმაღს ყოველთვის კარგად იმორჩილებდა. „კეჭნაობა“ ფარიკაობის ერთგვარ ნაირსახეობას წარმოადგენდა.

ქართველ ხალხში გავრცელებული სპორტული თამაშები ფიზიკური ძალის წრთობას უწყობდა ხელს. მათ ეს მუდმივად ჭირდებოდათ, რადგან ქვეყანა ყოველთვის გარეშე საფრთხის წინაშე იდგა. ხშირად ადამიანთა ყოფნა-არყოფნის საკითხს სწორედ ფიზიკური მომზადება წყვეტდა. ბავშვებში კი სპორტულ და მოძრავ თამაშებს აღზრდელილობითი ფუნქციაც გააჩნდა.

10. ქართული ჭიდაობა საქართველოში დღემდე პოპულარულ სპორტის სახეობად რჩება. მასშტაბური ღონისძიებები ძირითადად საქართველოს რეგიონებში იმართება. ქართული ჭიდაობა 200-მდე ილეთსა და კონტრილეთს ითვლის. მუსიკალური აკომპანემენტი ქართული ჭიდაობის ორგანული და განუყოფელი ნაწილია, ამასთან, მოჭიდავის მოძრაობები: მკლავშემართული მისვლა, მიხრა-მოხრა, ორთაბრძოლის ტემპი ზუსტად თანხვდება მუსიკის რიტმს და ამიტომ ჭიდაობა ცეკვას ემსგავსება³⁵. დღესდღეობით ქართული კუთხური ჭიდაობის სახეები ილეთების აღწერილობისა თუ ტერმინების სახით 23 ერთეულამდე აღწევს და მოიცავს ძალზედ სპეციფიურ და საინტერესო სახეებს, როგორცაა: იმერული "საბეჭურიდან ჭიდაობა", სვანური "ლიბრგიელ"

³⁵ <http://www.sok.ge/ge/ქართული-ჭიდაობა/>- უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 5.02.2016 წ.

ქამარში ჩავლებით ჭიდაობა, მისი მსგავსი რაჭული "ბეჭ და ბეჭ ჭიდაობა", სვანური "ლიბუნძგვალ" (ჯგუფური ჭიდაობა), ხევსურული "მომ და მომ" (ფეხის გარეშე) და "მუქასრისა" (ფეხსაც ხმარობენ), რაჭული "ლოჯური" (ლოჯური ჩაჭიდებით), მეგრული "რკინება", გურული "ჭედობა", ქიზიყური "მკლავმობმით", აჭარული "მატეკრობა", მთიულური "ილილორა", ასევე საქართველოს თითქმის ყველა კუთხეში მეტ-ნაკლებად გავრცელებული "მაჯურა" (გამარჯობის თქმისას ხელის ჩაკიდების პოზიციიდან ჭიდაობა), "მკერდაობა" (ხელების გამოუყენებლად), "ცალხელა" (მხოლოდ ერთი ხელის გამოყენებით), თვალახვეული ჭიდაობა და ა.შ. აღნიშნული ჭიდაობის სახეები ავითარებდა კონკრეტულ თვისებას და ძალზედ ეფექტური იყო მეომრის ფიზიკური მომზადების საქმეში, მაგალითად "ცალხელა" ჭიდაობა ხელში დაჭრილი მეომრის ჭიდაობას განასახიერებდა, ხოლო "მკერდაობა" ხელებშეკრულისას და ა.შ. დღეს საქართველოს ქალაქებში, რაიონებსა და სოფლებში მეტ-ნაკლებად მნიშვნელოვანი საერო თუ რელიგიური დღესასწაული ისე არ ჩაივლის, ქართული ჭიდაობა რომ არ გაიმართოს. მეტიც, მოჭიდავეთა პაექრობა ერთ-ერთი უმთავრესი სანახაობაა ზეიმისა, რომელსაც დიდძალი ხალხი ესწრება. როგორც წესი, ორთაბრძოლები იმართება ღია ცის ქვეშ ნახერხმოყრილ სარბიელზე, ცეცხლოვანი საჭიდაო მუსიკის თანხლებით და გრძელდება გვიან საღამომდე, ვიდრე ფალავანი არ გამოვლინდება, რომელსაც ტრადიციულად ცოცხალი პრიზით - ყოჩით აჯილდოებენ.

ქართულ ჭიდაობას საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის მინისტრის ბრძანებით (N2/130 4.08.2014) მიენიჭა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლის სტატუსი. ადგილობრივ მუნიციპალიტეტებს უნდა ჰქონდეთ შემუშავებული ადგილობრივი ტრადიციული დღესასწაულების, რიტუალებისა და თამაშობების მთელი წლის კალენდარი, რაც ტუროპერატორებს ტურში ამ ღონისძიებების ჩართვას გაუადვილებს და ისინი ადრევე შეძლებენ მომხმარებელს შესთავაზონ მათი პროდუქტი, ამავე დროს მომხმარებლისთვის განმარტებული იქნება, რომ ქართულ ჭიდაობას არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლის სტატუსი აქვს მინიჭებული.

ქართული საბრძოლო ხელოვნების უმდიდრესი კულტურის შექმნაში დიდი როლი ითამაშა საქართველოს სხვადასხვა კუთხეების მრავალფეროვნებამ და თავისებურებამ. საქართველოს თითოეულ კუთხეს გააჩნდა მისთვის დამახასიათებელი საბრძოლო ტრადიციები.

ხრიდოლი დღეს წარმოადგენს ქართული საბრძოლო ხელოვნების ერთ-ერთ სახეობას. ხრიდოლში გამომწვევი გამორჩეულ მებრძოლს წამოადგენდა. ამ წესით ბრძოლა, ერთგვარი ოსტატობის დონის მაჩვენებელიც იყო, რადგან ხრიდოლის წესით მებრძოლს უნდა უნდა

დამარცხებინა უპირატეს მდგომარეობაში მყოფი მეტოქე და დამარცხების შემთხვევაშიც კი არ დაერღვია ხრიდოლის წესები.

1980 წელს ნუკრი მჭედლიშვილის ხელმძღვანელობით ჩამოყალიბდა ქართველ მეზრძოლთა ჯგუფი “იბერიელი მგლები”, რომლის მიზანი იყო ქართველთა მხედრული ტრადიციების აღორძინება. დღეისთვის თბილისის მასშტაბით არაერთი ახალგაზრდაა ჩაბმული სპორტის ამ სახეობაში და ცდილობენ ეროვნული ფასეულობები გადასცენ მომავალ თაობას. ხრიდოლის ფედერაციის მიზანია თითოეულ ქართველს ცხოვრების წესად ექცეს წინაპართა სამამაცო ზნე.

საქართველო დღემდე ვერ ახერხებს, დაძლიოს მემკვიდრეობისა და ეკონომიკის ერთმანეთთან შეუთავსებლობის კომპლექსი და „...სრულად გამოიყენოს კულტურული მემკვიდრეობის ეკონომიკური პოტენციალი, ეკონომიკური პოლიტიკის განსაზღვრისას გაითვალისწინოს კულტურული მემკვიდრეობის სპეციფიკური ხასიათი და ინტერესები და უზრუნველყოს, რომ აღნიშნულმა პოლიტიკამ პატივი სცეს კულტურული მემკვიდრეობის მთლიანობას მისი ღირებულებების შელახვის გარეშე“.

2.2. ტურისტულ პროდუქტში ტუროპერატორების მიერ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გამოყენების მდგომარეობა

მოგზაურობის, ტურიზმისა და მასპინძლობის ლექსიკონში (მედლიკის ავტორობით)³⁶ ტურისტული პროდუქტი ვიწრო გაგებით არის ის, რასაც ტურისტები ყიდულობენ, მაგ., ტრანსპორტით გადაადგილებას ან განთავსებას, ცალ-ცალკე ან პაკეტის სახით; ხოლო ფართო გაგებით ყველაფერი იმის ნარევი, რასაც ტურისტი აკეთებს და ყველა ის მიმზიდველობა, მოწყობილობა და მომსახურება, რასაც იგი იყენებს მოგზაურობისას. ტურისტის მხრიდან თუ შევხედავთ, მთლიანი ტურისტული პროდუქტი მოიცავს სრულ გამოცდილებას მუდმივი საცხოვრებელი ადგილის დატოვებიდან იქ დაბრუნებამდე. განსხვავებით თვითმფრინავში ადგილის ან სასტუმროს ოთახისაგან, როგორც ინდივიდუალური პროდუქტისაგან, მთლიანი ტურისტული პროდუქტი არის ზღვის სანაპიროზე დასვენება, ღირსშესანიშნაობების

³⁶ ქობლიანიძე თ., მელაძე მ., ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი, თბილისი, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი 2012.

დათვალიერება ან მოგზაურობა კონფერენციაზე დასასწრებად და წარმოადგენს კომბინირებულ პროდუქტს.

ფილიპ კოტლერის მიხედვით: **ტურისტულ პროდუქტს** წარმოადგენს ნომერი სასტუმროში, დასვენება ჰავაის კუნძულებზე, კარტოფილი «ფრი» მაკდონალდსში, ავტობუსით მოგზაურობა ისტორიულ ადგილებში და ა. შ., კომპლექსური სახით იგი მოიცავს ძირითად პროდუქტს, თანმხლებ პროდუქტს, დამატებით პროდუქტს და პროდუქტს ფართო გაგებით³⁷.

ტურისტული პროდუქტი მოიცავს არა მხოლოდ ფიზიკურ პროდუქტსა და მომსახურებას, არამედ დამატებით დაგეგმვას, განვითარებას, ბრენდის მინიჭებასა და პაკეტის შექმნას.

ტურისტული პროდუქტის ფორმირება ხდება მისი გაყიდვისა და შესაბამისად მოგების მიღების მიზნით, ამიტომ ფორმირებისას გასათვალისწინებელია მისი რეალიზაციის თავისებურებები. ტურისტულ პროდუქტს ახასიათებს შემდეგი თვისებები, რომელიც განასხვავებს მომსახურებას ფიზიკური საქონლისაგან: მისი წარმოებისა და მოხმარების პროცესი განუყოფელია, შეუძლებელია ხელის შეხება და შენახვა. ამიტომ ტურისტული პროდუქტი პრინციპულად განსხვავდება ჩვეულებრივი პროდუქტისაგან. კერძოდ, იგი არ არის დაკავშირებული ისეთ ცნებებთან, როგორებიცაა გადაზიდვა, საწყობში შენახვა, დაგროვება. გარდა ამისა, ტურისტული მომსახურების წარმოება და მისი მოხმარება დროსა და სივრცეში უმეტესად ერთმანეთს ემთხვევა. ტურისტული პროდუქტი ხასიათდება რიგი სხვა თავისებურებებითაც: სეზონურობით, გეოგრაფიული დანაწევრებით და ა. შ.

თანამედროვე ტურისტული პროდუქტის ფორმირებას ახორციელებს **ტუროპერატორი**. ტუროპერატორი – ეს არის ტურისტული პაკეტის შემქმნელი. ის დაკავებულია ტურისტული მარშრუტების შემუშავებითა და ტურების დაკომპლექტებით. უზრუნველყოფს მათ ფუნქციონირებას, ორგანიზებას უკეთებს რეკლამას, აკეთებს მარშრუტების შესაბამის ხარჯთაღრიცხვას და საზღვრავს მარშრუტების ფასებს, ყიდის ტურებს პირდაპირ ტურისტებზე ან ტურაგენტების მეშვეობით.

ტუროპერატორი ტურისტებს უქმნის ტურისტული მომსახურების მრავალფეროვან არჩევანს და ამასთან ერთად, ამარტივებს სხვა ქალაქებსა და რეგიონებში მომსახურების შეკვეთების ორგანიზაციის პროცესს, რამდენადაც ამ ფუნქციასაც თავის თავზე იღებს.

ტურისტი, ტურის ყიდვის შემდეგ, რომელიც, საერთაშორისო სტანდარტების შესაბამისად, როგორც წესი ითვალისწინებს მხოლოდ ტრანსპორტირებას, დაბინავებასა და კიდევ ერთ სერვისს – კვებას, ვერ ახერხებს სრულყოფილ დასვენებას- იგი არ იცნობს რეგიონის რესურსულ პოტენციალს:

³⁷ Котлер Ф., Боуен Дж., Меикенз Дж. – Маркетинг гостеприимство туризм, изд. «ЮНИТИ», М., 1998.

ისტორიულ-კულტურულ მემკვიდრეობას, ყოფით ეთნოგრაფიულ კულტურას, საერო და რელიგიური ცხოვრების თავისებურებებს და ა.შ. საიდუმლოს არ წარმოადგენს ის ფაქტი, რომ ტურისტები თანხის სოლიდურ ნაწილს ხარჯავენ ე.წ. “დამატებითი მომსახურების” – დასვენება-გართობის ღონისძიებებზე. ამასთან, ისიც ცნობილია, რომ ტურისტები არ არიან წინააღმდეგი ჩაებან სპორტულ ღონისძიებებში, მიიღონ დამატებითი საკურორტო, საყოფაცხოვრებო და სხვა მომსახურება. ტურისტული მომსახურების სფეროში იმ ორგანიზაციებისა და ფირმების საქმიანობამ, რომლებიც სთავაზობენ მომსახურებას, ამ მომსახურებებიდან სხვადასხვა სახის თემატური ტურების დაკომპლექტების პროცესის აუცილებლობამ განაპირობა სპეციუფიური ბიზნესის ჩამოყალიბება – ტურისტული პროგრამების დამუშავება. სწორედ პროგრამებისა და მარშუტების დამუშავებაა ტუროპერატორის ძირითადი საქმიანობა.

ტურისტული პროდუქტის შექმნისას ნათელი უნდა იყოს პასუხი კითხვაზე:

რას ყიდულობს ტურისტი? რამდენადაც ის ფულს იხდის არა სასტუმროში ცხოვრებისთვის, რაც შეიძლება მის ქვეყანაში გაცილებით უკეთესია, არამედ ახალი განცდებისა და სიახლეების გაცნობისთვის. ამდენად ტურისტული პროდუქტის შექმნა იწყება მისი მსყიდველობით ხარისხსა და თვისებებს შორის, ტურისტისათვის ყველაზე მიმზიდველი მხარეების გამოვლენით. სწორედ ისინი წარმოადგენენ, ძირითად ორიენტირებს ტურისტული პროდუქტის მომზადებისა და რეალიზაციის დროს.

სპეციალისტების მიერ შემუშავებულია ხარისხიანი ტურისტული პროდუქტის რამოდენიმე ძირითადი სამომხმარებლო თვისება:

დასაბუთებულობა – ე.ი. ყველა ტიპის მომსახურების მიწოდება განპირობებული უნდა იყოს მოგზაურობის მიზნით და თანმხლები პირობებით, რაც ეფუძვნება ტურისტის მოთხოვნებს.

საიმედოობა – პროდუქტის რეალური შინაარსის შესაბამისობა რეკლამასთან, ინფორმაციის სანდოობა.

ეფექტურობა – ტურისტი მხრიდან უმცირესი დანახარჯების ფასად მაქსიმალური ეფექტის მიღება

მთლიანობა – პროდუქტის დასრულებული სახე, მისი შესაძლებლობა სრულიად დააკმაყოფილოს ტურისტის მოთხოვნილებები.

გარკვეულობა – პროდუქტის მოხმარება, მისი მიზანმიმართულება გასაგები უნდა იყოს როგორც ტურისტის ისე მომსახურე პერსონალისთვის.

სიმარტივე ექსპლოატაციის პროცესში. (საჭიროა ყველამ იცოდეს თავისი ადგილი და მოვალეობა.

მოქნილობა – პროდუქტისა და მომსახურების სისტემის უნარი სწრაფად მოერგოს მომხმარებლის განსხვავებულ ტიპებს და არ იყოს დამოკიდებული მომსახურე პერსონალის ცვალებადობის პროცესზე.

სარგებლიანობა – უნარი ემსახუროს ერთი ან რამოდენიმე მიზმის მიღწევას³⁸.

ამ თვისებების რეალიზაციაზე კონტროლის უზრუნველყოფა ტურისტის წასვლის შემდეგ მისი კმაყოფილების ხარისხის გარკვევაა. ხოლო კონკრეტული ტურისტული მომსახურების ხარისხზე კონტროლი უკვე იწყება ტურისტული პროდუქტის დაგეგმვის ეტაპზე.

სპეციალისტების აღიარებით ტურისტული პროდუქტისათვის ერთ-ერთი შეუფასებელი თვისებაა **სტუმართმოყვარეობა**. მის გარეშე, ნებისმიერი, თუნდაც სრულყოფილი, ტურისტული პროდუქტი იქნება უსახური და ტურისტი ვერ მიიღებს მისთვის სასურველ კმაყოფილებას. სტუმართმოყვარეობა- ტურისტულ ბიზნესში - ეს არის პროფესიული მოთხოვნილება, ასევე ხელოვნება – აგრძნობინო ადამიანს, რომ მოხარული ხარ მისი ხილვის.

ტურისტულ პრაქტიკაში მოქმედებს ცნება ძირითადი, დამატებითი და თანხმლები მომსახურების შესახებ.

თანხმლები პროდუქტი წარმოადგენს მომსახურებას ან საქონელს, რომელიც აუცილებლად ესაჭიროება მომხმარებელს, რათა გამოიყენოს ძირითადი პროდუქტი. ტურისტულ პროდუქტს შესაძლოა ჰქონდეს დიდი რაოდენობით თანხმლები პროდუქტები, ხოლო ზოგიერთს მხოლოდ რამოდენიმე.

დამატებითი პროდუქტი წარმოადგენს პროდუქტს, რომელიც ძირითად პროდუქტს დამატებით სარგებელს ანიჭებს და განასხვავებს მოცემულ პროდუქტს კონკურენტული პროდუქტებისაგან. თანხმლებ და დამატებით პროდუქტს შორის განსხვავება ყოველთვის თვალსაჩინო არ არის.

პროდუქტი ფართო გაგებით მოიცავს ძირითად, თანხმლებ და დამატებით პროდუქტს ერთად. მართვის თვალსაზრისით ძირითადი პროდუქტი წარმოადგენს ბიზნესის ცენტრს და მისი არსებობის მიზეზს. თანხმლები პროდუქტები აუცილებელია მიზნობრივ ბაზრებზე ძირითადი პროდუქტის პოზიციონირებისათვის. პროდუქტი ფართო გაგებით მოიცავს ყველაფერს, რაც მიეწოდება და როგორც მიეწოდება მომხმარებელს.

³⁸ ტუროპერეტიინგი - საქმიანობის ორგანიზაცია :(დამხმარე სასწავლო-მეთოდური მასალა ე.ილინას წიგნის "ტუროპერეტიინგი" მიხედვით) .ნაწილი I „ტუროპერეტიინგის საფუძვლები /შემდგენელი: კობა არაბული ; ილია ჭავჭავაძის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ბიზნესისა და სამართლის ფაკულტეტი, ტურიზმის მენეჯმენტის ცენტრი.თბილისი , 2006.

პრაქტიკულ საქმიანობაში ძირითად ტურისტულ პროდუქტს წარმოადგენს კომპლექსური მომსახურება – მომსახურების ნაკრები, რომელიც მიეყიდება ტურისტებს ერთ „პაკეტად“. ნებისმიერ ტურისტულ პროდუქტს საფუძვლად უდევს რაიმე მოთხოვნის დაკმაყოფილების აუცილებლობა. მასში შედის მომსახურების მთელი რიგი სახეები, რომელთაგან უმნიშვნელოვანესია: განთავსების, კვების, სატრანსპორტო და მიზნობრივი მომსახურება. ბაზარზე ისინი შეიძლება შეთავაზებულ იქნეს როგორც ერთიანი კომპლექსური ტური, ან თითოეული მათგანი დამოუკიდებლად.

ტურისტული პროდუქტის განსაზღვრა - არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტები ამავედროულად შეიძლება წარმოადგენდნენ კულტურული ტურიზმის პროდუქტებს, რომლებიც

- ქმნიან კულტურულ სივრცეებს ან არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტების საჩვენებლად აწყობენ ადგილებს;
- ბაზრის გასაძლიერებლად ატრაქციონების გაერთიანებით ქმნიან თემატურ ნაკრებებს;
- გეგმავენ ახალ ტურისტულ მარშრუტებს;
- ხელს უწყობენ ფესტივალებისა და ღონისძიებების დაგეგმვას და ა.შ.;

კულტურული ტურიზმის პროდუქტი უზრუნველყოფს, როგორც მიზნობრივი ბაზრის, ასევე ტურისტთა იმ კატეგორიის იდენტიფიცირებას, რომელიც არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტებით ფორმირებული ტურისტული პროდუქტის მომხმარებელია.

კულტურული ტურიზმის შესახებ ჩინეთის კვლევების მიხედვით მათ აერთიანებთ ორი განზომილება სიღრმისეულობა და ცენტრალურობა. ისინი გამოყოფენ ხუთი ტიპის ტურისტს:

ტურისტი - ვისთვისაც კულტურული ტურიზმი პირველადი მოტივია;

ტურისტი- ვისთვისაც კულტურული ტურიზმი დანიშნულების ადგილის ვიზიტის პირველადი ან მთავარი მიზეზია, მაგრამ მათ მის შესახებ ზედაპირული გამოცდილება აქვთ;

ტურისტი- ვინც არ მოგზაურობს კულტურული ტურიზმის მიზნებით, მაგრამ მონაწილეობს ტურში და იღებს კულტურული ტურიზმის გამოცდილებას;

ტურისტი-- ვისთვისაც კულტურული ტურიზმი დანიშნულების ადგილის ვიზიტის სუსტი მოტივია, შედეგად გამოცდილებაც ზედაპირულია;

ტურისტი- ვინც არ მოგზაურობს კულტურული ტურიზმის მიზნით, მაგრამ ვინც მიუხედავად ამისა, მონაწილეობს ზოგიერთ საქმიანობაში და იღებს ზედაპირულ გამოცდილებას.

იმისათვის, რომ ტუროპერატორებმა გააძლიერონ თავიანთი ძალისხმევა, მიზანშეწონილია:

- შეიმუშაონ პარტნიორული ურთიერთობების შექმნის სტრატეგიები და მოახდინონ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პროდუქტების ფორმირება სხვა ტურიზმით დაინტერესებულ მხარეებთან ერთად;

- უზრუნველყონ არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობაზე დაფუძნებული გრძელვადიანი ტურისტული პროექტები, რომლის შემუშავებაშიც მნიშვნელოვანია მენეჯმენტისა და მარკეტინგის მიდგომები;

- უზრუნველყონ, რომ ბიზნეს საქმიანობამ არ შეუშალოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტების გრძელვადიან არსებობას, მოხდეს სხვა ტუროპერატორებთან კოორდინირება, რათა თავიდან იქნეს აცილებული მცირე სოფლებისა და კულტურული სივრცეების გადატვირთვა.

დაინტერესებულ მხარეთა განთავსება მაქსიმალურად უნდა ამახვილებდეს ყურადღებას არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ლოკალურ ასპექტებზე. მათ უნდა:

- დაასაქმონ ადგილობრივი ხალხური რეწვის ოსტატები განთავსების საშუალებების გასაფორმებლად;

- დაიქირაონ ადგილობრივი შემსრულებლები წარმოდგენების დადგმაში, და ისინი, ვინც საცალოდ გაყიდის ხელნაკეთ ნივთებს, ადგილობრივ ან რეგიონალურ რესურსებს სავაჭრო ტერიტორიებზე თავიანთ დაწესებულებებში;

- იმუშაონ ადგილობრივებთან ტურისტული პროდუქტების განვითარებაზე, რომლებიც შექმნილია დაინტერესებული მხარეების განთავსების საწარმოების მომგებიანობის მიზნით და ეკონომიკურად გააძლიერონ ადგილობრივი მოსახლეობა.

სათანადო ლიცენზიის მქონე და ტრენინგ გავლილი გიდები და გიდების ასოციაციები მჭიდროდ უნდა თანამშრომლობდნენ ადგილობრივ მოსახლეობასთან და სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან, რათა:

- უზრუნველყონ, რომ გიდებს ჰქონდეთ აღებული ლიცენზია და ასევე გავლილი შესაბამისი ტრენინგები არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურისტებისათვის წარსადგენად;

- დარწმუნდნენ, რომ არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობის შესახებ ტურისტები დადებით შთაბეჭდილებას იღებენ;

- უზრუნველყონ, ტურიზმის შედეგად ადგილობრივი მოსახლეობის სარგებლის მიღება.

რეგიონების გლობალიზებას ხელს უწყობს მობილობა. ის შორ მანძილზე მოგზაურობის საშუალებას იძლევა. ჩვენსკენაც მოემზურებიან სტუმრები მსოფლიოს სხვადასხვა კუთხიდან. მათ აინტერესებთ მთები და ტბები, ათვალერებენ ძეგლებს, უსმენენ ხალხურ მუსიკას და სინჯავენ ეროვნულ კერძებს. ბევრი ჩქარობს სწრაფად შემოიაროს ქვეყანა, ეძებს სამოგზაურო ბროშურებში ნანახ სურათებს. ისინი ყიდულობენ სახლში დარჩენილებისთვის სუვენირებს, რომლებიც დესტინაციის ქვეყანაშია წარმოებული და რომლებიც მათ ამ ადგილებს შეახსენებთ.

ცოცხალი ტრადიციები რეგიონალური მასშტაბითაა ფესვებგადგმული და ეპატიჟება სტუმრებს დასარჩენად. ეს მოითხოვს პატივისცემას მათ მიმართ, ვინც ამ ცოცხალ ტრადიციებს ინარჩუნებს, ვინც მათ მომდევნო თაობებს გადასცემს.

ცოცხალი კულტურის კომერციალიზაცია გარკვეულ საფრთხეებს ქმნის. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტების ტურისტულ პროდუქტად გარდაქმნისას დაცული უნდა იყოს ბალანსი, რათა მოგებისადმი სწრაფვამ არ გამოიწვიოს ზედმეტი კომერციალიზაცია.

როცა ვსაუბრობთ ტურისტებზე, რომლებსაც გაუჩნდებათ სუვენირების შეძენის სურვილი, აუცილებელია საქართველოს კანონში “კულტურულ ფასეულობათა საქართველოდან გატანისა და საქართველოში შემოტანის შესახებ” ზუსტად იქნეს განსაზღვრული, თუ რომელი “ნიმუშები” საჭიროებენ სპეციალურ ნებართვას ქვეყნიდან მათ გასატანად, რათა ვიზიტორებმა თავიდან აიცილონ ყოველგვარი გაუგებრობა.

ტურისტული სააგენტოები მზად არიან ტურისტების თხოვნით განახორციელონ ნებისმიერი ტური. ასეთი ტურის ობიექტი შეიძლება იყოს **ისტორიის რეკონსტრუქცია/გაცოცხლება**- ძველი ისტორიული სულიერი და კულტურული ეპოქის ხელახლა შექმნა. გამოიყენება არქეოლოგიური, ვიზუალური, წერილობითი ისტორიული წყაროები. ისტორიულ რეკონსტრუქციაში გამოიყენება როლური თამაში და სამეცნიერო ექსპერიმენტი გამოსადიებელი საკითხის შესასწავლად. სხვადასხვა ასპექტებში ისტორიული მოვლენების აღდგენა საინტერესოა არა მარტო მონაწილეებისთვის, არამედ მაყურებლისთვის, რომლებსაც შეუძლიათ უშუალოდ ნახონ ქვეყნის ცოცხალი ისტორია. ეს მიმართულება პოპულარულია და განვითარებულია დასავლეთ ევროპაში.

გასული წლის 12 აგვისტოს თეთრიწყაროს რაიონში დიდგორობის სახალხო დღესასწაულის ოფიციალურად აღნიშვნის მიზნით შიდა ტურიზმის სტიმულირების სამმართველოს მიერ დაიგეგმა და განხორციელდა კულტურული ღონისძიება „დიდგორობა“.

ლონისძიების მთავარ მიზანს წარმოადგენდა შიდა ტურისტული ნაკადის ზრდა თეთრიწყაროს რაიონში და ტურისტების დაინტერესება ადგილობრივი ისტორიით, კულტურითა და ტრადიციებით.

ლონისძიებაზე მოწვეული იყვნენ მთავრობის წევრები, ადგილობრივი გამგეობის და გუბერნიის თანამშრომლები. ლონისძიებაზე დასწრება უფასო იყო და შეეძლო ყველა მსურველს. ჯამში ლონისძიებას ესწრებოდა 1000–მდე ადამიანი.

ლონისძიება გაიმართა დიდგორის ტერიტორიაზე, ღია ცის ქვეშ. სპეციალურად ამ დღისთვის ტერიტორია საგანგებოდ მოწყობილ ტერიტორიაზე, შესაბამისი მუსიკალური გაფორმებით და დეკორაციით; ლონისძიების მთავარი თემა იყო დიდგორის ველზე 1121 წლის **ეპოქის გაცოცხლება**, რომელიც შესრულდა სხვადასხვა თეატრალური წარმოდგენებით. ტერიტორიაზე იყო პავილიონები, სადაც ხალხური რეწვის ნიმუშების გამოფენა მოეწყო. წარმოდგენილი იყვნენ ადგილობრივი ხალხური შემოქმედებითი ჯგუფები.

ლონისძიება გაიმართა ადგილობრივი მუნიციპალიტეტის აქტიური მხარდაჭერით როგორც წინა საორგანიზაციო საკითხების მოგვარებისას, ასევე ლონისძიების მსვლელობისას. ლონისძიება გაშუქდა სხვადასხვა სატელევიზიო არხების საშუალებით.

თუ გავითვალისწინებთ საქართველო ისტორიულ–გეოგრაფიულ პირობებს, ვნახავთ, რომ თითქმის ყველა კუთხეში, განსაკუთრებით იმ ადგილებში, რომლებიც დეპოპულაციას განიცდიან, შესაძლებელია მრავალი მსგავსი ლონისძიების დაგეგმვა და ჩატარება, რაც ხელს შეუწყობს ადგილობრივი თუ უცხოელი ვიზიტორების მოზიდვას და შესაბამისად ქვეყნის ისტორიის თვალსაჩინოდ გაგებას/დანახვას. ამ ლონისძიების მსგავსად შესაძლებელია მივიწყებული ტრადიციების გაცოცხლებაც.

ტურისტული მომსახურების სფეროში **მმართველობითი შრომა** განსხვავებულია სხვა სფეროებში დასაქმებული მომსახურე პერსონალის შრომისაგან. ტურიზმს გააჩნია მისთვის დამახასიათებელი თავისებურებები, რაც ძირითადად ტურისტული მომსახურების სპეციფიკიდან გამომდინარეობს.

ტურიზმისათვის დამახასიათებელი თავისებურებებიდან შეიძლება გამოვყოთ:

1. როგორც საერთოდ ბიზნესის, ასევე ტურისტული ბიზნესის ძირითადი მიზანი მოგების მიღებაა, მაგრამ, აუცილებელად გათვალისწინებული უნდა იქნას რეგიონის (ადგილობრივი მოსახლეობის) ინტერესები, რადგან ამის გარეშე ტურიზმის განვითარებამ შეიძლება არა მხოლოდ ხელი შეუშალოს ტურისტული ბიზნესის განხორციელებას არამედ სარგებელიც ვერ მოუტანოს რეგიონს (რაიონს), სადაც ტურიზმს ვანხორციელებთ;

2. ტურისტული საქმიანობის მენეჯმენტი მისი ეკონომიკური ეფექტიანობის წარმართვის აუცილებელი პირობაა, რადგანაც წარმოების მენეჯერები სრული უფლებამოსილებით ღებულობენ გადაწყვეტილებებს, თუმცა შეიძლება რეგიონში არსებულმა ეკონომიკურმა და პოლიტიკურმა არასტაბილურობამ ტურიზმის მენეჯმენტი შეზღუდოს.

3. ტურიზმის მენეჯმენტის უმნიშვნელოვანესი თავისებურებაა ტურისტული პროდუქტის სპეციფიკა, მისი განუყოფელობა ფორმირების წყაროდან. როგორც წესი პროდუქტი მატერიალური სახით არსებობს მისი მწარმოებლიდან დამოუკიდებლად, მაგ. ხორცი, ხოლო **ტურისტული მომსახურება** (ესეც პროდუქტია, თუმცა სპეციფიკური) განუყოფელია მისი შექმნის წყაროსაგან. მაგალითად: თუ ტურისტული პროდუქტის მომხმარებელმა ტური მაისში შეუკვეთა აგვისტოსათვის, ხოლო ტურისტულმა ფირმამ ივნისში შეწყვიტა არსებობა, მაშინ მომხმარებელს არ გაეწევა შეკვეთილი მომსახურება მისი წყაროს არარსებობის გამო.

4. ერთ-ერთი თავისებურებაა ისიც, რომ ტურისტული მომსახურების მოთხოვნა არაერთგვაროვანია სამი ძირითადი მიზეზის გამო:

- ტურისტული მომსახურების შენახვა და ხელით შეხება შეუძლებელია;
- ტურისტული მომსახურების მომხმარებლები სხვადასხვაგვარია;
- დიდი მნიშვნელობა აქვს საზოგადოებრივ ფაქტორებს (ეკონომიკური, სოციალური, ეკოლოგიური).

5. ტურიზმის მენეჯმენტის თავისებურება გამოიხატება ტურისტული მომსახურების კომპლექსურობის აუცილებლობაში. ტურისტულ მომსახურებაში შედის ყველაფერი, რითაც ტურისტი სარგებლობს მოგზაურობის დროს. ამდენად, ტურისტული მომსახურება (როგორც მატერიალური, ასევე არამატერიალური) შედგება მომსახურების მთელი კომპლექსისაგან, რაც ტურისტისათვის სპეციფიკური ტურისტული პროდუქტია. ტურისტი, შვებულებაში გასვლის წინ, სამოგზაუროდ არ წავა და თავის დანაზოგს ტყუილად არ დახარჯავს, თუ იგი წინასწარ არ იქნება ინფორმირებული სამოგზაურო ობიექტის შესახებ. კერძოდ, ეს არის ადგილმდებარეობა, მანძილი ძირითადი ობიექტიდან დასახლებულ პუნქტამდე და ყველა ის მომსახურება, რომელიც ტურისტს უნდა გაეწიოს მოგზაურობის დროს. ასევე, მისთვის ცნობილი უნდა იყოს ტემპერატურული რეჟიმი, ატმოსფერული წნევა, ტენიანობა, იმ ქვეყნის მოსახლეობის ტრადიციები, რელიგიური მიმართულება და წეს-ჩვეულებები, სადაც ტურისტი მიემგზავრება.

6. ტურიზმის კიდევ ერთი თავისებურებაა სეზონურობა. ტურისტს უპირველეს ყოვლისა საშუალება უნდა ჰქონდეს მიიღოს სრული ინფორმაცია სამოგზაურო მარშრუტის და ობიექტის

შესახებ, რათა ტურიზმის მენეჯმენტის პრობლემის გადაწყვეტისას ეს საკითხი გაითვალისწინონ ტურისტულ საწარმოთა მენეჯერებმა დასახული მიზნის განსახორციელებლად.

მოგზაურობის მიზნის შესახებ ინფორმაციის ქონა აუცილებელია, უპირველესად, შესაბამისი ტურისტული პროდუქტის სწორად ფორმირებისათვის, აგრეთვე ტურისტული ნაკადებისა და მარშრუტების მართვის განხორციელებისათვის. ტურისტული პროდუქტის ფორმირება პირდაპირ დამოკიდებულია **მოგზაურობის მოტივაციაზე**.

მოგზაურობისას ჯგუფს ერთი მიზანი გააჩნია, მაგრამ ჯგუფის თითოეულ წევრს, გარდა ძირითადი მიზნისა, გააჩნია სხვა, ჯგუფისაგან განსხვავებული, მოტივაცია. შესაძლებელია გამოვყოთ **მოგზაურობის მოტივაციის** 5 ძირითადი ჯგუფი: ფიზიკური მოტივაცია, ფსიქოლოგიური მოტივაცია, პიროვნებათაშორისი მოტივაცია, კულტურული მოტივაცია და პრესტიჟის მოტივაცია.

როცა ტურისტი გეგმავს თავის შვებულებას, დასასვენებელი ადგილისა და დასვენების ფორმის არჩევაზე ერთდროულად რამოდენიმე მოტივი ახდენს ზეგავლენას. ხშირად მოგზაურობის მოტივაციის სხვადასხვა სახე ავსებს ერთმანეთს, მიუხედავად იმისა, ისინი ერთმანეთს ემსგავსებიან თუ არა. ხოლო ზოგიერთ შემთხვევაში მოტივაციები შეიძლება ურთიერთსაწინააღმდეგოც კი იყოს. მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის სტანდარტებით მოგზაურობის მიზნები კლასიფიცირდება შემდეგ კატეგორიებად:

1. თავისუფალი დროის გატარება, რეკრეაცია (ძალების აღდგენა) და დასვენება;
2. ნაცნობებისა და ნათესავების მონახულება;
3. საქმიანი და პროფესიული მიზნები;
4. მკურნალობა;
5. რელიგია (სალოცავების მონახულება);
6. სხვა მიზნები.

აღსანიშნავია, რომ ტურიზმი, როგორც სოციო-კულტურული ფენომენი არა მხოლოდ "მოიხმარს" კულტურულ მემკვიდრეობას, არამედ ხელს უწყობს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კვლავწარმოების საშუალების მოძიებას. მეტწილად ტურიზმის დახმარებით აქტიურად ვითარდება ყოველდღიური ყოფითი კულტურის თანამედროვე ადამიანისადმი წარდგენის ფორმები— ეთნოგრაფიული სოფლები, კერძო მუზეუმები, ეკომუზეუმები, დასვენების კულტურის, ტრადიციული ხელოსნობის დარგების, რიტუალების, ბაზრობების ცენტრები. ე.წ. ღონისძიების/მოვლენის ტურიზმი შეიძლება განხილულ იქნას როგორც არაინსტიტუციონალურად ან უფრო სწორად, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კვლავწარმოების ფორმა, და ეს

საქმიანობა სტიმულირება მოხდეს ტურიზმის განვითარების მოთხოვნილებებით, ამასთან მისი ინიციატორები არიან ტურისტული ცენტრები, ტურფორმები, მუნიციპალური განათლების ადმინისტრაციები, დაინტერესებული მათ ტერიტორიებზე ტურიზმის განვითარებით.

ზემოთ ხსენებული სივრცეები შესაძლებელია ტურისტულ ატრაქციად იქნეს განხილული. იგულისხმება ის ღირსშესანიშნაობა, რომელიც ტურისტებს მაგნიტივით იზიდავს, რის გამოც ტურისტები ერთი ქვეყნიდან მეორეში მიემგზავრებიან და რომლის ნახვა ერთდროულად დიდი სიამოვნებაცაა და პრესტიჟის საქმეც.

საქართველოში ძალიან ბევრი ტრადიცია არსებობს, რომლებსაც შენარჩუნება და განვითარება ესაჭიროება. პრაქტიკა ადასტურებს, რომ განსაკუთრებით უცხოელი ტურისტებისათვის სწორედ ჩვენი წეს-ჩვეულებებია საინტერესო და მიმზიდველი.

იმისათვის, რათა ცოცხალ ტრადიციებს ტურისტული ღირებულება მიეცეს და ამით დაეხმაროს მას შენარჩუნებაში, რეკომენდებულია სისტემური მიდგომა. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სფეროში შეთავაზების ჩამოყალიბებისა და მარკეტინგული კვლევების პროცესი ძირეულად არ განსხვავდება კულტურული შეთავაზებების ტურისტული რეალიზაციის პროცესისგან. აქედან გამომდინარე, ვფიქრობთ გასაზიარებელია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სფეროში ტურისტული შეთავაზების შექმნის ეტაპების კვლევა, რომელიც ჩატარებულია შვეიცარიაში ციურიხის გამოყენებითი მეცნიერების ინსტიტუტის მიერ და ეფუძნება განვითარების რვა საფეხურს(ნაბიჯს). გარდა ამისა, თითოეული ასპექტი განიხილება დეტალურად, რომელიც ცოცხალი ტრადიციების ტურისტულ პროდუქტად გადაქცევისთვისაა მნიშვნელოვანი. ეს ეტაპებია:

- ანალიზი და ორიენტაცია
- შემოქმედებითი ფაზა
- საქმიანობა- ქსელი - შთაგონება
- შინაარსის დაკონკრეტება, მიზნებისა და სტრატეგიის განსაზღვრა
- მომსახურების განსაზღვრა და ფასების დადგენა
- ორგანიზაცია და მომსახურების ჯაჭვი
- რეკლამა, კომუნიკაცია და მასმედიასთან ურთიერთობა
- ხარისხის უზრუნველყოფა და დროის ფაქტორის გათვალისწინება

ანალიზი და ორიენტაცია

- რომელი ცოცხალი ტრადიციები (არამატერიალურ მემკვიდრეობის) არსებობს?
- არის განსაკუთრებული ხარისხი, რაც შემოქმედია შევთავაზო ვიზიტორებს?

- რა არის უნიკალური, შეუცვლელი (USP) პროდუქტი?
- როგორ არის დაკავშირებული ერთმანეთთან საკუთარი შესაძლებლობები და კომპეტენცია (დრო, სივრცე, უნარები და ა.შ.)?

ფაქტობრივი ვითარების ცოდნა ახლო გარემოსა და უცხოეთში:

- რომელი შეთავაზება(პროდუქტი) არსებობს უკვე, რომელი არა?
- როგორია კონკურენცია?
- არის ხელმისაწვდომი ლოკალურად ან რეგიონებში უკვე თემატური

პოზიციონირება?

- არის თუ არა ხარვეზები შეთავაზებებში(პროდუქტებში)? რა აკლია?
- არსებობენ პოტენციური პარტნიორები?
- არსებობს თუ არა შესაძარბელი ან მსგავსი შეთავაზება (პროდუქტი) რეგიონში ან

საზღვარგარეთ?

ქვეყანასა და მის ფარგლებს გარეთ ბაზრის განვითარებისა და თანამედროვე ტენდენციების ცოდნა:

- როგორია მიმდინარე ტენდენციები და ბაზარზე განვითარებული მოვლენები ქვეყანაში და მის ფარგლებს გარეთ?

- როგორია ადგილობრივი/ რეგიონალური ტურიზმის სიტუაცია?
- რომელია მიზნობრივი ჯგუფები?
- ცნობილია იმ სტუმრების ცხოვრების წესი და ინფორმაცია მათი ჩვევების შესახებ,

რომლებსაც მივმართავთ?

საკუთარი პოტენციალის ცოდნა

- როგორი პოტენციალი გვაქვს?
- როგორია ერთად აღებული ძლიერი და სუსტი მხარეები, შესაძლებლობები და

საფრთხეები? (SWOT ანალიზი)

- არის მაგალითად ფინანსური რესურსები ან ენის ცოდნა ხელმისაწვდომი?
- პირადი მოტივაციისა და მიზნების ცოდნა
- რა არის ჩვენი პირადი მოტივაცია - რა არის ჩვენი მიზანი პროდუქტის

განვითარებასთან ერთად? რა არის მნიშვნელოვანი ჩვენთვის?

ცოცხალი ტრადიციების ტურისტულ პროდუქტებად გარდაქმნისათვის განსაკუთრებით საინტერესოა:

- ახალი ან დამუშავებული შეთავაზებების დაწყებამდე მიმოვიხილოთ არსებული ტურისტული და კულტურული შეთავაზებები. გარდა ამისა, საკუთარი კვლევის გვერდით აუცილებელია კონტაქტები კულტურის სფეროს ადგილობრივ ან რეგიონულ წარმომადგენლებსა (კულტურის სფეროს წარმომადგენლები, ცოცხალი ტრადიციების მატარებლები, კულტურის მკვლევარები და ა.შ.) და ტურიზმით დაინტერესებული მხარეებს (ტურიზმის დირექტორები, სასტუმროს მფლობელები, მთის რკინიგზის წარმომადგენლები და ა.შ.) შორის. არსებული, მაგრამ შესაძლოა ჯერ კიდევ აღმოუჩენელი პოტენციალის ნაყოფიერი გაცვლის საშუალებას პირადი საუბრები იძლევა.

- იდეების ჩამოყალიბების საფუძველი შეიძლება იყოს რეგიონალური ცოცხალი ტრადიციების ინვენტარიზაციის სია (2012 წლიდან მიმდინარეობს საქართველოში) და ეროვნული ჩამონათვალი.

- ადგილობრივი კადრები (მაგალითად, ტურისტული ორგანიზაციები) იდეალური ცოდნის მფლობელებია, რადგან, როგორც წესი, ადგილობრივ ტრადიციებს საკუთარი გამოცდილების საფუძველზე კარგად იცნობენ.

- კულტურისა და ტურიზმით დაინტერესებული მხარეების მოტივაცია და მიზნები ცნობილი უნდა იყოს. ცოცხალი ტრადიციების მატარებლებისა და კულტურის სფეროს მოღვაწეთა გვერდით უნდა დადგინდეს, ინტერესი შეიძლება თუ არა იყოს დაფუძნებული ტურისტული ღირებულების ამალგებაზე. წარმატებული თანამშრომლობისათვის საჭიროა განსხვავებული მიზნები შეესაბამებოდეს ერთმანეთს (იხ. აგრეთვე ნაბიჯი 3).

- ყველა ცოცხალი ტრადიცია და მათი პრაქტიკოსი არ გამოდგება ტურისტული შეთავაზებისთვის. მთავარ ფაქტორს წარმოადგენს ცოცხალი ტრადიციის დემონსტრირების ან შუამავლობის ვარგისიანობა. ტურისტული შეთავაზების ფორმისა და სამიზნე ჯგუფის (მაგალითად, სკოლის ჯგუფები, ოჯახები, ხანდაზმულები, შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირები) მიხედვით გარდა საქმის ცოდნისა მნიშვნელოვანია ისეთი თვისებები, როგორცაა ხალხთან ურთიერთობის სიამოვნება, თანაგრძნობა, სიკეთე, მოთმინება, კომუნიკაციის უნარი, უცხო ენების ცოდნა, სიტუაციური ადაპტაციის უნარი და ა.შ.

- პირობები, როგორცაა ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოსების დროის ქონა გათვალისწინებულ უნდა იქნეს პროფესიული საქმიანობის და ტრადიციების ნაწილობრივ მკაცრი (დაუწერელი) წესების ან ინსტრუქციების გამო.

- რელიგიური ტრადიციების ტურისტული ღირებულების მინიჭება უფრო რთულია, ვიდრე მაგალითად სოფლის მეურნეობის ტრადიციების. სპეციალური ინსტრუქციებით შეუძლიათ

სტუმრებს ცოცხალი ტრადიციების მიმართ პატივისცემის გრძნობა გაუღვივდეთ. მაგალითად, მღვდელი საეკლესიო პროცესის მსვლელობის დროს მოითხოვს სიჩუმეს.

შემოქმედებითი ეტაპი, შეთავაზების შემოქმედებითი იდეების შეგროვება (ბრენსტორმინგი)

- იდეების შეგროვება ინსცენირებისთვის, დიზაინისა (გამოსახულება) და შეთავაზების (პროდუქტის) შუამდგომლობისთვის(გადასაცემად)
- რომელი შეთავაზება (პროდუქტი) იქნება განსაკუთრებით ორიგინალური, ავთენტური, ინოვაციური?
- ვის უნდა მივმართო (სამიზნე ჯგუფი)?
- როგორ შეგვიძლია გამოვიყენოთ ან ჩავრთოთ არსებული ტექნიკა და მედია(apps სმარტფონებისათვის, სოციალური ქსელები, და ა.შ.)?
- რით შეგვიძლია სტუმრების გაოცება?
- სად და როგორ უნდა იყოს მდგრადობა შეთავაზებაში ინტეგრირებული და გათვალისწინებული?

ფავორიტის არჩევა და იდეების კატალოგში შეტანა:

- ასახავს ეს ჩვენს პირად მოტივაციას?
- არის SWOT ანალიზის დასკვნები გათვალისწინებული?
- შესაძლო შეთავაზების იდეებიდან მონაწილეობრივი შემუშავება ან განვითარება ზრდის არა მარტო იდეების მრავალფეროვნებას, არამედ ზრდის ამ ჯგუფების მიღებას(აქცეპტაბელობას). ამისათვის საჭიროა იმ ადამიანების გამოყოფა, რომლებსაც აქვთ უნარი, სხვები შთააგონონ და მათ მოტივაცია მონაწილეობისთვის გაუზარდონ (იხ. აგრეთვე ნაბიჯი 3).

- თანამონაწილე მხარეებმა ერთად უნდა გადაწყვიტონ, რამდენად შეიძლება ცოცხალ ტრადიციებს ტურისტული ღირებულება მიეცეთ. მონაწილეთა მენტალიტეტისა და საჭიროებების და მათი გარემოს მიხედვით შესაძლებლობები და მასშტაბები განსხვავებულია.

- მონაწილეთა განსხვავებული საჭიროებებისა და ამოცანების (მათ შორის სტუმართა თვალსაზრისით) გათვალისწინებით შეიძლება შესაბამისი შეთავაზების ფორმის დადგენა. შესაძლებლობებს წარმოადგენს ღონისძიებები, თემატური ბილიკები, სამუზეუმო გამოფენები, (კომპანიის) ვიზიტები, კურსები და მრავალი სხვა.

- იდეების გენერირებისას შეიძლება წარმოიქმნას კონფლიქტი, რასაც უნდა მიექცეს ყურადღება: ტრადიცია თანამედროვეობის წინააღმდეგ, ტურიზმი კულტურის წინააღმდეგ, ქალაქი ქვეყნის წინააღმდეგ, ახალგაზრდა ხანდაზმულის წინააღმდეგ.

საქმიანობა - ქსელი – შთაგონება

- ❖ არსებული კონტაქტების გამოყენება;
- ❖ ახალი კონტაქტების დამყარება;
- ❖ გაცვლა და მოტივაცია;
- ❖ თანამოაზრეების პოვნა და დაინტერესება.

- რომელ დაინტერესებული მხარეებთან ან მომწოდებლებთან შემიძლია მუშაობა?
- როგორ შემიძლია სხვები შთავაგონო და თანამოაზრეები ვიპოვო?
- შესაძლებელია უკვე საწარმოო და გაყიდვების პარტნიორების პოვნა?
- ადგილობრივი ტურიზმის შესაბამისად კულტურის ოფისთან მოხდა დაკავშირება?
- შეიძლება პაუშალური პაკეტების შექმნა?
- რეგიონში რომელ არსებულ მომსახურებას (შეთავაზებასთან) ან ატრაქციონს

შეგვიძლია დავუკავშიროთ შეთავაზება?

- როგორც კულტურის მოღვაწე ასევე ტურიზმით დაინტერესებულ მხარეებს შეუძლიათ იდეების მოწოდება და შეთანხმებულად განხილვა.

- თუ უკვე არსებობს კულტურის გაგებისა და ტურიზმის ცნობიერების ურთიერთშეთანხმება, ეს გაზრდის თანამშრომლობის შანსებს.

- წარმატებული თანამშრომლობისთვის საჭიროებები, მიზნები და მასშტაბები კულტურისა და ტურიზმის გვერდით უნდა გაირკვეს და ერთმანეთთან იყოს შეთანხმებული. მნიშვნელოვანია, რომ ყველა მონაწილე მხარის საჭიროებები მხედველობაში იქნეს მიღებული და შედგეს კომუნიკაცია.

- მთავარ საკითხს წარმოადგენს ტურიზმსა და კულტურას შორის ღია კომუნიკაცია, ასევე ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოსთა აქტიური მონაწილეობა და ფორმირების უფლება.

- მონაწილე მხარეები უნდა იყვნენ თანაბარ პირობებში და ერთმანეთს პატივი უნდა სცენ. განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანია მიღწევების ორმხრივი შეფასება და აღიარება: ერთი მხრივ, ტურიზმით დაინტერესებულმა მხარეებმა უნდა აღიარონ, რომ კულტურა, შესაბამისად ცოცხალი ტრადიციები მთელი ტურისტული ასორტიმენტის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ასპექტია. მეორე მხრივ, კულტურის მხარეს აქვს ვალდებულება ტურიზმით დაინტერესებული მხარეების სარგებლიანობა აღიაროს.

- ნათლად უნდა მოხდეს თანამშრომლობის ტიპის განსაზღვრა და ინსტიტუციონალიზაცია. ეს მოითხოვს შესაბამისი საწარმოო ხელშეკრულებით ამოცანების და როლების მკაფიო გამიჯვნას. ჯგუფებმა, რომლებიც განსხვავებული ფუნქციისა და გასამრჯელოს მქონე აქტორებისგან შედგება, დასაწყისშივე უნდა ამოიციონ პოტენციური კონფლიქტი და მიიღონ სათანადო ზომები. კერძოდ, (ძირითადად) მოხალისე ადამიანებს სჭირდებათ დაფასება. კითხვებითა და მოსმენით შეიძლება მათი სურვილების გარკვევა.

- გარდა მარკეტინგული საქმიანობისა დიდი მნიშვნელობა აქვს მოსახლეობისა და ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოსების ინფორმაციას. ერთი მხრივ, შეიძლება ეჭვები ცოცხალი ტრადიციების ტურისტული ღირებულების შესახებ მთლიანად გაქარწყლდეს. მეორე მხრივ, არსებობს შანსი, რომ ფრთხილი(გრძნობით) მუშაობით უფრო მეტი იდეა ჩამოყალიბდება და ინიციატივები წარმოიქმნება.

- გარდა ტურისტული და კულტურული სუბიექტებისა მნიშვნელოვანია სხვა პარტნიორებიც. მხარდაჭერა შეიძლება ხელისუფლების მიერ განხორციელდეს, რადგან საჯარო შენობა-ნაგებობები მათ განკარგულებაშია.

- წარმატებული თანამშრომლობა შეიძლება გამოყენებულ იქნას დამატებითი შეკვეთებისთვის ერთობლივი შეთავაზებების ან მოთხოვნების შესაქმნელად.

- კულტურასა და ტურიზმს შორის თანამშრომლობა ყველა მონაწილეს მომგებიან სიტუაციას უქმნის, სადაც მოგება ან სარგებელი არ არის აუცილებელი ფულადი ფორმით იყოს გამოხატული.

შინაარსის დაკონკრეტება, მიზნებისა და სტრატეგიის განსაზღვრა

- რა არის განსაკუთრებით უნიკალური ან შეუცვლელი (უნიკალური თვისება)?
- რა არის შეთავაზების ძირითადი თემა და შინაარსი?
- მდგრადობის რა ასპექტია განსაკუთრებით მნიშვნელოვანი?
- როგორ შეგვიძლია ამ შეთავაზების გამოხატვა განსაკუთრებული მდგრადობით?
- რა არის შეთავაზების მიზანი - რისი მიღწევა გვინდა ამ შეთავაზებით?
- როგორ მივაღწევთ მიზანს? რა არის ჩვენი სტრატეგია?
- ვის გვინდა მივმართოთ? რა არის დამახასიათებელი ჩვენი მიზნობრივი აუდიტორიისთვის?

- როგორ გამოიყურება ჩვენი წინადადება და რას უნდა შეიცავდეს იგი?
- შეესაბამება შეთავაზების მონახაზი ტურიზმის მოთხოვნის ტენდენციებს?
- როგორი შანსი აქვს შეთავაზებას (პროდუქტს) ბაზარზე ?

- არის შეთავაზება თანმიმდევრული?
- შეთავაზების იდეების დაზუსტებისას დაინტერესებულ მხარეების სხვადასხვა საჭიროებების საფუძველზე შეიძლება წარმოიშვას ინტერესთა კონფლიქტი. მაშინ როცა ტურიზმის დაინტერესებულ მხარეებსა და ტურისტთათვის სხვადასხვა ტრადიციების შერევა, როგორც წესი, არ არის პრობლემა, ცოცხალი ტრადიციების მატარებლები მკაფიოდ განასხვავებენ, რომელია მათი ტრადიციის ნაწილი და რომელი არა.
 - მიზნების დასახვასთან ერთად მონაწილეებმა უნდა გაითვალისწინონ სტუმრების თვალსაზრისი. სტუმართა საჭიროებებია მაგალითად გართობა, ცვლილებები, ურთიერთობა და უსაფრთხოება.
 - მხარდამჭერი ზომები შეიძლება საჭირო იყოს დიდი ღონისძიებებისას.
 - შესაძლებელია განცდების ხელის შეწყობა და ტრადიციების შეგრძნობა, მაშინ როცა სტუმრები აქტიურად იქნებიან ჩართულნი მათში, რათა მათი ემოციები გააღვიძონ. უკეთესად გასაგებად, ასევე ურთიერთქმედებისა და მისი მიმზიდველობითვის სტუმრებს შეუძლიათ ცალკეულ ინსტრუმენტებს შეეხონ.
 - კულტურით დაინტერესებულ სტუმრებს უნდა ჰქონდეთ საშუალება შეძლონ ცოცხალი ტრადიციების უფრო სიღრმისეული განხილვა. ერთის მხრივ, შეიძლება ეს ჩაღრმავება შესაბამისი შეთავაზების ფარგლებში (მაგალითად, პრაქტიკოსთა დამატებითი განმარტებები), ან მსგავს შეთავაზებაზე მინიშნებით, ან სხვა საინფორმაციო რესურსებით მოხდეს.
 - მდგრადობის მნიშვნელობა და მისი სამი განზომილება (სოციალური/კულტურული, ეკოლოგიური და ეკონომიკური) თავიდანვე უნდა იქნეს გათვალისწინებული. ცოცხალი ტრადიციების შეფასებისას ცოცხალი ტრადიციების დაცვით მნიშვნელოვან როლს თამაშობს მდგრადობის კულტურული და სოციალური განზომილება. დაცვა შეიძლება ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოსთა ჩართულობითა და მონაწილეობით იქნეს უზრუნველყოფილი. კულტურული პრაქტიკის ტურისტული ღირებულების შედეგების შესახებ სცენარები უნდა იქნას განსაზღვრული და შესაბამისი ზომები მიღებული, იმ შემთხვევაში თუ უარყოფითი შედეგების მიღების რისკი არსებობს.
 - თუ მიზნები წინასწარ არ იქნა ჩამოყალიბებული, მოგვიანებით უნდა მოხდეს გაანალიზება, მონაწილე მხარეებს რა მიზნები და მოლოდინი აქვთ ტურისტულ შეთავაზებაზე. არის წინა პლანზე ღირებულების(ფასის) მიღწევა? არის ტურისტული ადგილის იმიჯისა და ცნობადობის დონის გაზრდა ჩაფიქრებული? ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოსებისა და

კულტურის მოღვაწეთათვის აღიარება და მადლიერება ჯილდოა, თუ ამ შეთავაზებას ეკონომიკურ მიზანიც აქვს?

- ტურისტული ღირებულების ფორმისა და ცოცხალი ტრადიციების ტიპის მიხედვით შეიძლება სხვადასხვა მიზნობრივ ჯგუფს მივმართოთ. ტენდენციურად ოჯახების, სკოლის კლასების და ჯგუფების მიერ არის მოთხოვნა ცოცხალი ტრადიციების საფუძველზე შექმნილ ტურისტულ პროდუქტებზე. განსაკუთრებით 20 - 35 წლის პირები ნაკლებადაა შესაბამისი მიზნობრივი აუდიტორია. მასობრივი ტურიზმისათვის ბევრი შეთავაზება(პროდუქტი) არ არის შესაფერისი, არამედ (უფრო პატარა) ჯგუფებისა ან ინდივიდუალური ტურისტებისთვის.

მომსახურებისა განსაზღვრა და ფასების დადგენა

- რა შედის ჩვენს შეთავაზებაში (მაგ. ღამისთევა, კვება, ავტობუსი, ბილეთები, ექსკურსიები, სემინარები და ა.შ.)?

- არის ეს სია სრული?

- შეესაბამება მომსახურების ბლოკები ჩვენი მიზნობრივი აუდიტორიის საჭიროებებს?

- რა ხარჯებია (მაგალითად, მასალები, მოწყობილობები, პარტნიორების საკომისიო და ა.შ.)?

- როგორ შეგვიძლია ფასების განსხვავება (ინდივიდუალური მომსახურება, სეზონი(პიკი), ადრეული დაჯავშნა, ოჯახების, ჯგუფების, პაუშალური ან კონკრეტული შეთავაზებები და ა.შ.)?

- როგორი ფასები აქვთ სხვა მომწოდებლებს(ინფორმაციის მიღება ადგილობრივი/რეგიონალური ტურიზმის ოფისიდან)?

- როგორ ხდება ფასების დადგენა (სამკუთხედის) მიმწოდებლებთან (ხარჯების ანაზღაურება და მოგების) - სტუმარი - ბაზარი (შედარება არსებულ მომსახურებასთან)?

- ვისთვის ხდება შეთავაზების დაჯავშნა?

- არის მოთხოვნის დამუშავება ეფექტური?

- მომსახურების მიმწოდებლებსა და დაჯავშნის სააგენტოს შორის როგორი კომუნიკაციაა?

- რამდენად კარგად იცნობს სააგენტო ჩვენს შეთავაზებას?

- არსებობს სტუმართა შეტყობინებები ჩვენთვის, როგორც მიმწოდებლისთვის?

ცოცხალი ტრადიციების ტურისტული ღირებულების სხვადასხვა ფორმა საჭიროებს შემოსავლების სხვადასხვა მიდგომების გამომუშავებას. მაშინ როცა ტურში ან ექსკურსიაში მხოლოდ შესაბამისი საფასურით (და მინიმალური მონაწილეთა რაოდენობა) შეიძლება

მონაწილეობის მიღება, მაგალითად, მსვლელობების(კარნავალები) ვიზიტი ან თემატურ ბილიკებზე წასვლა, როგორც წესი, უფასოა. შესაძლებელია კოლექციების მონახულება, ასევე არსებობს მიმზიდველი ვარიანტები, სტუმარს მივცეთ საშუალება დახარჯოს ფული - მაგალითად, საჩუქრების ყიდვით.

ყველა მონაწილეთა, განსაკუთრებით კი კულტურის სფეროში მოღვაწეთა კომპენსაციის ტიპი და ოდენობა, მხედველობაში უნდა იქნეს მიღებული ფასების კალკულაციისას. შესაძლებელია კულტურის სფეროში მოღვაწეებმა საბაზრო ხელფასი მიიღონ თუ ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოსები მათი ერთგულების(ვალდებულების) სანაცვლოდ სიმბოლურ თანხას ან ცოცხალი ტრადიციის სპონსორი ორგანიზაციისგან შემოწირულობას მიიღებენ?

კომპენსაციის სიდიდე გამოითვლება კულტურის სფეროში მოღვაწეთა ძალისხმევითა და მათი გამოცხადების რაოდენობით. ფინანსური ჯილდო ხელს უშლის დემოტივაციას, ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოსები კი ნაწილობრივ აგრეთვე უარს ამბობენ მასზე.

ფასების გაანგარიშებისას გასარკვევია, ყველა ხარჯი სრულად იფარება თუ არა ტურისტის მიერ. შემოთავაზების მიზნების მიხედვით არ უნდა იყოს ამ ხარჯების დაფარვა თავისთავადი. დასადგენია სხვა დაფინანსების წყაროები, მაგალითად სპონსორობის ან წახალისების სახით ფონდიდან საბაზისო ინვესტიციებისთვის.

შიგნით და გარეთ უნდა განისაზღვროს საკონტაქტო პირი და ამასთან უნდა გაირკვეს, დაინტერესებულ სტუმართა მოთხოვნები პირდაპირ კულტურის სფეროს წარმომადგენელთა, ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოსებთან უნდა მოხდეს თუ ტურისტულ ოფისში. ეს განსაკუთრებით საყურადღებოა კულტურის სფეროს წარმომადგენელთა და ტურისტებს შორის კოორდინაციის გათვალისწინებით, რადგან კულტურის სფეროს მოღვაწეები, როგორც წესი, მათი საქმიანობის გამო, მუდმივად არ არიან ხელმისაწვდომი.

ტურისტული შეთავაზების დაკვეთა ან სხვადასხვა მომსახურებისგან შედგენილი ინდივიდუალური (საკვები, საცხოვრებელი, სხვა საქმიანობას და ა.შ.) პაკეტი ტურიზმის ორგანიზაციის მეშვეობით, როგორც წესი, უფრო ადვილია ვიდრე უშუალო კონტაქტი ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოსებთან ან კულტურის სფეროს წარმომადგენლებთან.

გარდა ამისა, ტურისტული პროდუქტების მარკეტინგი და კომუნიკაცია, როგორც წესი, ტურისტული ორგანიზაციების სავალდებულო ნაწილს წარმოადგენს (ნაწილობრივ, მხოლოდ შესაბამისი ფულადი კომპენსაციის საფასურად). მაგრამ არსებობს ასევე პარალელური სტრუქტურები.

ერთი მხრივ სტუმართა საჭიროებების გათვალისწინება, მეორე მხრივ შეკვეთებთან ეფექტურად გამკლავება, რეკომენდაციას უწევს სხვა მომსახურების ბლოკის გამოყენებას(მაგალითად, ორგანიზებული ტრანსპორტირება, სადილი, სხვა საქმიანობა, როგორცაა სკუტერით გასეირნება ან მუზეუმში შესვლა). ეს შეიძლება მოთხოვნის შესაბამისად ინდივიდუალურად დაიგეგმოს. მოქნილ, არა სრულად სტანდარტიზებულ შეთავაზებებს შეუძლიათ სტუმართა განსხვავებული საჭიროებების დაკმაყოფილება.

ორგანიზება და მომსახურების ჯაჭვი

- რას ელოდება სტუმარი მომსახურებიდან?
- როგორ შეგვიძლია მოლოდინები დავაკმაყოფილოთ?
- როგორია სერვისის ჯაჭვი ორგანიზებული?
- არის სერვისის რაოდენობა სრული, გამჭვირვალე და კლიენტზე ორიენტირებული?
- ითვალისწინებს მომსახურების ჯაჭვი განსაზღვრულ მდგრადობის საკითხებს?
- შეგვიძლია მომსახურების ჯაჭვის გაუმჯობესება?
- მისაღებია თუ არა მოკლევადიანი და საშუალოვადიანი ზომები? რომელია ისინი?
- თანამიმდევრული და წარმატებული შეთავაზება ეფუძნება სრულ და

ფუნქციონირებად მომსახურების ჯაჭვს (მათ შორის აქტორები და მათი მომსახურება სტუმართა მოგზაურობის ყველა ფაზაში, როგორცაა ინფორმაცია, საცხოვრებელი, კვება, საქმიანობა, ტრანსპორტი). ეს უპირატესობას ანიჭებს, იმას რომ შეთავაზების ირგვლივ პროცესი შემოწმებულ და ორგანიზირებული იქნება - შესაბამის პარტნიორებთან თანამშრომლობით.

- სხვა მომწოდებლებთან ინფორმაციის გაცვლა და თანამშრომლობა (იხ. აგრეთვე ნაბიჯი 7) სტუმრებისთვის მომსახურების სპექტრს აფართოებს. სტუმრებს შეუძლიათ დამატებითი საქმიანობით დაკავდნენ და სხვა ატრაქციონებს ეწვიონ, თუ ისინი ერთმანეთთან კომბინირებულია და მომწოდებლების მიერ ორმხრივი შეთანხმებით გაიყიდება.

- მომსახურების ჯაჭვის ფარგლებში ინდივიდუალური მომსახურებები ცოცხალი ტრადიციების სფეროში ტურისტული შეთავაზების სამიზნე ჯგუფს უნდა შეესაბამებოდეს.

რეკლამა, კომუნიკაცია და მასმედიასთან ურთიერთობა

- რომელი არსებული არხები (რეგიონული ტურიზმის ვებგვერდი, გაზეთი, დაბეჭდილი მასალები, საზოგადოებასთან ურთიერთობა, ა.შ.) შეგვიძლია გამოვიყენოთ?

- ვინ არიან შესაფერისი პარტნიორები შესაბამისად პროფესიონალები, რომლებიც მიზანმიმართულად შეძლებენ მედიასთან მუშაობას (მაგალითად, გრაფიკული დიზაინერების, გაყიდვების და მარკეტინგის პროფესიონალები)?

- როგორ შეიძლება ჩვენი შეთავაზება გამოირჩეოდეს სხვა რეკლამისგან?
- როგორ მივაღწევთ მიზობრივ აუდიტორიას საუკეთესოდ და ყველაზე ეფექტურად?
- რომელი სავაჭრო და საინფორმაციო ნიშანი აჭარბებს დადგენილ სამიზნე ჯგუფში?
- როგორ შეიძლება ახალი მედიის გამოიყენება(მაგალითად, სმარტფონი ან

სოციალური ქსელები)?

- ტურისტულ შეთავაზების პროპაგანდის მიზნით რეკომენდებულია თანამშრომლობა პროფესიონალებთან და სხვა პარტნიორებთან. ესენია, მაგალითად, ტურიზმის ადგილობრივი, რეგიონალური და ეროვნული ორგანიზაციები, ტურიზმის სხვა მომწოდებლები (მაგალითად, სასტუმროს მფლობელები), კულტურის სფეროს პროფესიონალი წარმომადგენლები, კულტურის მოღვაწეები, კულტურის ინსტიტუტები, როგორცაა მუზეუმები და სხვა ქსელები.

- ცოცხალი ტრადიციების სფეროში ტურისტული პროდუქტების მარკეტინგისას, ასევე ადგილობრივი რიტუალების კომუნიკაციისას ყურადღება უნდა მიექცეს ფრთხილ და კულტურის მოღვაწეებსა და პრაქტიკოსებთან შეთანხმებულ მოქმედებას. ამიტომაც ტურისტული კომუნიკაციის და სარეკლამო კონცეფციების(მასალები) დამუშავებისას ჩართული უნდა იყვნენ კულტურის სფეროს წარმომადგენლები.

- მარკეტინგული მიზნებისათვის ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოსების თანამშრომლობისას საჭიროა ფრთხილი მოქმედება. მარკეტინგული საქმიანობისთვის ცოცხალი ტრადიციების გადაჭარბებული გამოყენება თავიდან უნდა იქნას აცილებული.

- საზოგადოებასთან ურთიერთობის მუშაობას, რაც ფართო გაშუქებას იწვევს, შეუძლია მნიშვნელოვნად გაზარდოს შეთავაზებაზე მოთხოვნა. განსაკუთრებული ფორმაა, მაგალითად, იმ ჟურნალისტების პირადი ისტორიები, რომლებიც მოწვეულნი იყვნენ აქტივობის დღეს.

- ახალი მედიის გამოყენება, როგორცაა სოციალური მედია ან პროგრამები თანამედროვეობასა და ტრადიციას შორის არსებული ხიდის დანგრევის, ასევე ტექნოლოგიებისა და კულტურაზე ორიენტირებულ სამიზნე ჯგუფების მიმართვის საშუალებას იძლევიან.

- თუ ცოცხალი ტრადიციების სპონსორებს არ აქვთ ფორმალური ორგანიზაცია, მაგალითად გაერთიანების სახით, და არ არსებობს ადგილობრივი და რეგიონული კულტურის კომისია, გარე მოთხოვნებისთვის ნებისმიერი სახით კონტაქტის დამყარება და პასუხისმგებლობის რეგულირება რთული იქნება.

- ტურისტულ სააგენტოში (ფირმაში) შეიძლება პირველადი კონტაქტის დამყარება და ტრადიციების შესახებ ინფორმაციის მიღება.

ხარისხის უზრუნველყოფა და დროის ფაქტორის გათვალისწინება

- სრულდება სტუმართა მოლოდინი?
- როგორ შეუძლიათ სტუმრებს უკუკავშირის დამყარება? არსებობს უკუკავშირის ფორმა?
 - ჩვენი შეთავაზება, ისევე როგორც მისი დიზაინი და ინსცენირება არის სამიზნე ჯგუფზე გათვლილი?
 - ფუნქციონირებს მომსახურების ჯაჭვი? არსებობს რაიმე ხარვეზები?
 - დაჯავშნილია შეთავაზება? იმუშავა? თუ კი, რატომ? თუ არა, რატომ?
 - შეესაბამება ჩვენი შეთავაზება ტურისტული მოთხოვნის ტენდენციებს?
 - რა არის ჩვენი შეთავაზების ძლიერი და სუსტი მხარეები?
 - შეგვიძლია შეთავაზებაში განცდის/შთაბეჭდილების ხარისხის გაზრდა?
 - არსებობს შემდგომი პარტნიორობისა და თანამშრომლობის შესაძლებლობები?
 - არსებობს შემდგომი განვითარების პოტენციალი?
 - როგორ გამოიყურება ბალანსი (მოგებისადმი სწრაფვასა და აკმ-ს მდგომარეობას შორის, ანუ იგი ხომ არ იწვევს მათ გადაგვარებას) ნახევარი, ერთი, ორი და მეტი წლის შემდეგ?
 - ამ შეთავაზებით, როგორც მომწოდებელი კმაყოფილი ვარ?
 - არსებობს ექსპერტის შეფასების შესაძლებლობა?
 - შეგვიძლია გაუმჯობესებისა და ხარისხის უზრუნველყოფის ღონისძიებების განხორციელება და დანერგვა?
 - ცოცხალი ტრადიციების შენარჩუნებისა და ხელშეწყობის უზრუნველსაყოფად, საჭიროა ნებისმიერი სახის ცვლილებების კვლევა, რომლებიც ტურისტული ღირებულების მეშვეობით იქნა გამოწვეული. მოთხოვნა არის პრაქტიკოსებთან რეგულარული კონტაქტი და ინფორმაციის გაცვლა. თუ ცოცხალ ტრადიციებზე ნეგატიური გავლენა იქნება დაფიქსირებული, საჭიროა შესაბამისი ზომების მიღება.
 - გამოთქმას "კარგ საქმეს დრო სჭირდება"-ს თუ შევხებით, რამდენიმე წლის გათვლა უნდა მოხდეს, სანამ ტურისტული შეთავაზება შეიქმნება.
 - ტურიზმის გამოცდილების მიხედვით შეთავაზების განვითარებაზე დაკვირვება უნდა მოხდეს დაახლოებით სამი წლის განმავლობაში, შემდეგ კი მიღებულ იქნას გადაწყვეტილება გაგრძელდეს თუ არა.
 - ახალ შეთავაზებაზე არ შეიძლება გადაჭარბებული მოლოდინების (განსაკუთრებით დაჯავშნების რაოდენობაზე)ქონა. მოთხოვნის ზრდა, როგორც წესი, ხდება გარკვეული დროის

შემდეგ მხოლოდ ცნობიერების ამაღლების ზრდის საფუძველზე, რომელიც ზეპირად გადაცემით წარმოიშვება.

- უწყვეტობა ხარისხის უზრუნველყოფის მნიშვნელოვანი ფაქტორია. ხშირი საკადრო ცვლილებები ნდობისა ფორმირებასა და თანამშრომლობას აფერხებენ. გარდა ამისა, რეგიონის კულტურული პოტენციალის შესახებ ინფორმაციის მოპოვებას, ასევე ტურიზმის აქტორებს, ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოსებსა და მოსახლეობას შორის ნდობის ჩამოყალიბებას დრო სჭირდება.

ამ ნაბიჯების თანმიმდევრობა არ არის მკაცრად განსაზღვრული, რადგან ზემოაღნიშნული შეთავაზების შექმნა პრობლემების გადაწყვეტის პროცესს წარმოადგენს, რომელიც უკუკავშირს მოიცავს. ნაბიჯების თანმიმდევრობა ადაპტირებული უნდა იყოს კონკრეტულ გარემოებებთან და (წინა) პროექტებთან/ან პროექტის იდეებთან. რეკომენდებულია კულტურითა და ტურიზმით დაინტერესებულ მხარეებს შორის წინასწარი კონტაქტების დამყარება, იმისათვის, რათა ანალიზისა და ორიენტაციისას, ასევე იდეების გენერირებისას ყველა მონაწილის ცოდნა და შეხედულება იქნეს გამოყენებული.

ყოველივე ზემოაღნიშნულიდან გამომდინარე ცოცხალი ტრადიციების ტურისტული შეთავაზების წარმატების ფაქტორებად შეიძლება ჩაითვალოს:

- კულტურისა და ტურიზმისთვის ერთუზიაზმი და თანამშრომლობა, საკომუნიკაციო უნარებისა და სტუმრებთან კონტაქტის სიხარულის მოტანა;
- დასაწყისშივე აქტორების ჩართვისა და მუშაობის უზრუნველყოფა;
- ორმხრივი შეფასება და პატივისცემის გამოხატვა, ასევე მოლაპარაკებების ჩატარება იმავე დონეზე;
- კულტურული და ტურისტული პირობების, მიზნების, საჭიროებებისა და მოტივაციის შესახებ ღია დიალოგების შენარჩუნება;
- კულტურასა და ტურიზმს შორის ინტერესთა კომპენსირება და გამჭვირვალე მომგებიანი სიტუაციების შექმნა;
- ისეთი უნიკალური შეთავაზების შექმნა, რომელიც რეგიონს შეესაბამება და ასევე მოსახლეობაში ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიცირებასა და გაღრმავებას დაუჭერს მხარს;
- ცოცხალი ტრადიციების შეთავაზებების „ფროთხილად“ შექმნა და ბაზარზე გატანა, ამავდროულად ტურისტული ინსცენირებისთვის საჭირო რეგულირების დაშვება;
- შეთავაზებების ჩართვა მთელ ტურისტულ მომსახურების ჯაჭვში და რეგიონის მოსახლეობის კულტურის შეთავაზებებთან დაკავშირება;

- შეთავაზებები ეკონომიკური, გარემოსდაცვითი და სოციალურ-კულტურული გავლენის მიხედვით შემოწმება და შესაბამისად ოპტიმიზაცია;
- სტუმრებისა და ადგილობრივი მოსახლეობის საჭიროებებზე რეაგირება, მათი კმაყოფილების შეფასება და შესაძლო ზომების მიღება ცოცხალი ტრადიციების შესანარჩუნებლად და ტურისტული პროდუქტის ხარისხის გასაუმჯობესებლად.

ცოცხალი ტრადიციები მნიშვნელოვან ტურისტულ პროდუქტს წარმოადგენს. საჭიროა მიმოვიხილოთ არსებული ტურისტული და კულტურული შეთავაზებები. კვლევის ჩატარებასთან ერთად აუცილებელია დამყარდეს კონტაქტები კულტურის სფეროს ადგილობრივ ან რეგიონულ წარმომადგენლებსა (კულტურის სფეროს წარმომადგენლები, ცოცხალი ტრადიციების მატარებლები, კულტურის მკვლევარები და ა.შ.) და ტურიზმით დაინტერესებული მხარეებს შორის. ჯერ კიდევ აღმოუჩენელი პოტენციალის ეფექტურად გაცვლის საშუალებას უშუალოდ ტრადიციების მიმდევარი ეთნიკური ჯგუფის მატარებელი მოსახლეობისაგან პირველადი ინფორმაციის მიღება იძლევა.

იდეის ჩამოყალიბების საფუძველი შეიძლება იყოს რეგიონის ცოცხალი ტრადიციების ინვენტარიზაციის სია (აღრიცხვის პროცესი ახალი დაწყებულია საქართველოში) და ეროვნული ჩამონათვალი.

ადგილობრივი კადრები ცოცხალი ტრადიციების შესახებ იდეალურ ცოდნას ფლობენ, ისინი ასევე ადგილობრივ ტრადიციებს საკუთარი გამოცდილებიდან გამომდინარე კარგად იცნობენ. ცოცხალი ტრადიციების მატარებელთა და კულტურის სფეროს მოღვაწეთა ურთიერთობა თემატურად უნდა იქნეს განსაზღვრული.

ყველა ცოცხალი ტრადიცია და მისი პრაქტიკოსი-შემსრულებელი არ გამოდგება ტურისტული შეთავაზებისთვის. მთავარ ფაქტორს ცოცხალი ტრადიციის დემონსტრირება წარმოადგენს. ტურისტული შეთავაზების ფორმისა და მიზნობრივი ჯგუფის (მაგალითად, სკოლის ჯგუფები, ოჯახები, ხანდაზმულები, შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირები) მიხედვით, საქმის ცოდნის გარდა, მნიშვნელოვანია ისეთი თვისებები, როგორცაა ხალხთან ურთიერთობის სიამოვნება, თანაგრძნობა, სიკეთე, მოთმინება, კომუნიკაციის უნარი, უცხო ენების ცოდნა, სიტუაციური ადაპტაციის უნარი და ა.შ.

ცოცხალი ტრადიციების ტურისტული შეთავაზებების განვითარებისას ყურადღება უნდა მიექცეს, რომ:

- შესაძლო შეთავაზების იდეების შემუშავება ან განვითარება ზრდის არა მარტო იდეების მრავალფეროვნებას, არამედ ამ ჯგუფების ურთიერთგაგებასაც. ამისათვის საჭიროა იმ ადამიანების გამოყოფა, რომლებსაც სხვების შთაგონებისა და მოტივაციის გაზრდის უნარი აქვთ.

- თანამონაწილე მხარეებმა ერთად უნდა გადაწყვიტონ, რამდენად შეიძლება ცოცხალ ტრადიციებს ტურისტული ღირებულება მიეცეთ. აქტორების(მონაწილეების) შესაძლებლობები და მასშტაბები მენტალიტეტისა და მოთხოვნილებების მიხედვით განსხვავებულია.

- მონაწილეთა განსხვავებული საჭიროებებისა და ამოცანების გათვალისწინებით შეიძლება შესაბამისი შეთავაზების ფორმის დადგენა. შესაძლებლობებს წარმოადგენს ღონისძიებები, თემატური ბილიკები, სამუზეუმო გამოფენები და მრავალი სხვა.

- იდეების გენერირებისას შეიძლება წარმოიქმნას კონფლიქტი: ტრადიცია თანამედროვეობის წინააღმდეგ, ტურიზმი კულტურის წინააღმდეგ, ქალაქი ქვეყნის წინააღმდეგ, ახალგაზრდა ხანდაზმულის წინააღმდეგ და ა.შ., რასაც უნდა მიექცეს ყურადღება.

- კულტურის მოღვაწე, ასევე ტურიზმით დაინტერესებულ მხარეებს შეუძლიათ იდეების ურთიერთშეთავაზება და მათი შეთანხმებულად განხილვა.

მთავარ საკითხს წარმოადგენს ტურიზმსა და კულტურას შორის ღია კომუნიკაცია, ასევე ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოს-მატარებელთა აქტიური მონაწილეობა.

დაინტერესებული მხარეები თანაბარ პირობებში უნდა იყვნენ და ერთმანეთის პატივისცემა უნდა შეეძლოთ. განსაკუთრებულად მნიშვნელოვანია მიღწევების ორმხრივი შეფასება და აღიარება: ერთი მხრივ, ტურიზმის აქტორებმა უნდა აღიარონ, რომ კულტურა, შესაბამისად ცოცხალი ტრადიციები მთელი ტურისტული ასორტიმენტის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი ასპექტია, მეორე მხრივ, კულტურის მხარეს აქვს ვალდებულება ტურიზმის აქტორების სარგებლიანობა აღიაროს.

ნათლად უნდა მოხდეს თანამშრომლობის ტიპის განსაზღვრა და ინსტიტუციონალიზაცია. ეს მოითხოვს ამოცანების და როლების მკაფიო გამიჯვნას შესაბამისი ხელშეკრულებით. ჯგუფებში, სადაც განსხვავებული ფუნქციისა და გასამრჯელოს მქონე აქტორები არიან, დასაწყისშივე უნდა მოხდეს პოტენციური კონფლიქტის ამოცნობა და პრევენციული ზომების მიღება. კერძოდ, მოხალისე ადამიანებს სჭირდებათ დაფასება. კითხვებითა და მოსმენით შეიძლება გაგება, თუ რა სურვილები აქვთ მათ.

დიდი მნიშვნელობა აქვს მოსახლეობისა და ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოს-მატარებელთა ინფორმაციას. ერთი მხრივ, შეიძლება ვარაუდები ცოცხალი ტრადიციების ტურისტული ღირებულების შესახებ მთლიანად გაქარწყლდეს. მეორე მხრივ, „გაქიზი“ მუშაობით

ასევე შეიძლება უფრო მეტი იდეის ჩამოყალიბებისა და ინიციატივების წარმოქმნის შანსი არსებობდეს.

გარდა ტურისტული და კულტურული სუბიექტებისა, მნიშვნელოვანია სხვა პარტნიორებიც. მხარდაჭერა შეიძლება ხელისუფლების მიერ განხორციელდეს (მაგალითად, გამოსაყენებლად საჯარო შენობა-ნაგებობების გადაცემა). წარმატებული თანამშრომლობა შეიძლება გამოყენებულ იქნეს დამატებითი შეკვეთებისთვის ერთობლივი შეთავაზებების ან მოთხოვნების შესაქმნელად.

კულტურასა და ტურიზმს შორის თანამშრომლობა ყველა მონაწილეს მომგებიან სიტუაციას უქმნის, ამასთან მოგება ან სარგებელი არ არის აუცილებელი ფულადი ან მატერიალური ფორმით იყოს.

შეთავაზების იდეების დაზუსტებისას აქტორების სხვადასხვა მოთხოვნილებების საფუძველზე შეიძლება წარმოიშვას ინტერესთა კონფლიქტი. მაშინ როცა ტურიზმის დაინტერესებულ მხარეებსა და ტურისტთათვის სხვადასხვა ტრადიციის შერევა, როგორც წესი, არ არის პრობლემა, ცოცხალი ტრადიციის მატარებლები მკაფიოდ განასხვავებენ, რომელია მათი ტრადიციის ნაწილი და რომელი არა.

მიზნების დასახვასთან ერთად მონაწილეებმა უნდა გაითვალისწინონ სტუმრების თვალსაზრისი. სტუმართა მოთხოვნილებებს წარმოადგენს მაგალითად, გართობა, ცვლილებები, ურთიერთობა და უსაფრთხოება.

შესაძლებელია ტრადიციები უფრო შთამბეჭდავი გახდეს, თუ სტუმრები აქტიურად იქნებიან ჩართულნი მათში. მაგალითად, ტურის მიმზიდველობითვის სტუმრებს შეუძლიათ დაესწრონ ცალკეული მუსიკალური ინსტრუმენტების დამზადების პროცესს და შეეხონ და დაუკრან კიდეც მასზე მაგალითად, ფანდურზე.

მდგრადობის მნიშვნელობა და მისი სამივე განზომილება (სოციალური/ კულტურული, ეკოლოგიური და ეკონომიკური) თავიდანვე უნდა იქნეს გათვალისწინებული. ცოცხალი ტრადიციების შეფასებისას ცოცხალი ტრადიციების დაცვით მნიშვნელოვან როლს თამაშობს მდგრადობის კულტურული და სოციალური განზომილება. ტრადიციების დაცვა შეიძლება ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოსთა ჩართულობითა და მონაწილეობით იქნეს უზრუნველყოფილი. კულტურული პრაქტიკის ტურისტული ღირებულების შედეგების შესახებ სცენარები უნდა იქნეს განსაზღვრული და შესაბამისი ზომები მიღებული, იმ შემთხვევაში თუ უარყოფითი შედეგების მიღების რისკი არსებობს.

რა მიზნები და მოლოდინი აქვთ მონაწილე მხარეებს ტურისტულ შეთავაზებაზე? დგას წინა პლანზე ღირებულების მიღწევა? ჩაფიქრებულია ტურისტული ადგილის იმიჯისა და ცნობადობის დონის გაზრდა? ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოსებისა და კულტურის მოღვაწეთათვის აღიარება და მადლიერებაა გასამრჯელო თუ ამ შეთავაზებას ეკონომიკური მიზანიც აქვს?

ტურისტული ღირებულების ფორმისა და ცოცხალი ტრადიციების ტიპის მიხედვით შეიძლება სხვადასხვა მიზნობრივ ჯგუფს მივმართოთ. ტენდენციურად ოჯახების, სკოლის მოსწავლეების და ჯგუფების მიერ არის მოთხოვნა ცოცხალი ტრადიციების საფუძველზე შექმნილ ტურისტულ პროდუქტებზე. განსაკუთრებით 20-35 წლის პირები შესაბამის მიზნობრივ აუდიტორიას ნაკლებად წარმოადგენს.

ცოცხალი ტრადიციების ტურისტული ღირებულების სხვადასხვა ფორმა შემოსავლების მიღების კუთხით მრავალფეროვანია. მაშინ როცა ტურში ან ექსკურსიაში მხოლოდ შესაბამისი საფასურით შეიძლება მონაწილეობის მიღება, მაგალითად, კარნავალებს ან თემატურ ბილიკებზე წასვლა, როგორც წესი, უფასოა. არსებობს მიმზიდველი ვარიანტები, რათა სტუმარს მიეცეს საშუალება დახარჯოს ფული - მაგალითად, საჩუქრების ყიდვით (გერმანიაში კარნავალებსა და დღესასწაულებზე ე.წ. სპეციალური „პლაკეტების“ (მედელების) გაყიდვით ადგილობრივები დამატებით შემოსავალს იღებენ).

უნდა განისაზღვროს საკონტაქტო პირი კულტურისა და ტურიზმის სფეროს წარმომადგენლებს შორის და ამასთან, უნდა გაირკვეს, დაინტერესებულ სტუმართა მოთხოვნები პირდაპირ კულტურის სფეროს წარმომადგენლებს, ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოსებს უნდა წარედგინოს განსახილველად და რეაგირებისათვის თუ ტურისტულ სააგენტოს (ტუროპერატორებს). ეს განსაკუთრებით საყურადღებოა კულტურის სფეროს წარმომადგენელთა და ტურისტებს შორის ურთიერთობის კოორდინაციის უზრუნველყოფის მიზნით, რადგან კულტურის სფეროს მოღვაწეები, როგორც წესი, მათი საქმიანობის გამო, მუდმივად ხელმისაწვდომნი არ არიან.

ტურისტული შეთავაზების დაკვეთა ან სხვადასხვა მომსახურებისგან ინდივიდუალური პაკეტის (საკვები, საცხოვრებელი ა.შ.) შედგენა ტურისტული ორგანიზაციის მეშვეობით, როგორც წესი, უფრო ადვილია, ვიდრე უშუალო კონტაქტი ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოსებთან ან კულტურის სფეროს წარმომადგენლებთან.

ცოცხალი ტრადიციების სფეროში ინდივიდუალური მომსახურებები ტურისტული შეთავაზების სამიზნე ჯგუფს უნდა შეესაბამებოდეს. სტუმრებს შეუძლიათ დამატებითი

საქმიანობით დაკავდნენ და სხვა ატრაქციონებს ეწვიონ, თუ ისინი ერთმანეთთან კომბინირებული იქნება და მიმწოდებლების მიერ ორმხრივი შეთანხმებით გაიყიდება.

ტურისტული შეთავაზების პროპაგანდის მიზნით საჭიროა თანამშრომლობა პროფესიონალებთან და სხვა პარტნიორებთან. ესენია, ტურიზმის ადგილობრივი, რეგიონული და ეროვნული ორგანიზაციები, ტურიზმის სხვა მიმწოდებლები (მაგალითად, სასტუმროს მფლობელები), კულტურის სფეროს პროფესიონალი წარმომადგენლები, კულტურის მოღვაწეები, კულტურის ინსტიტუტები, როგორცაა მუზეუმები და სხვა.

ცოცხალი ტრადიციების სფეროში ტურისტული პროდუქტების მარკეტინგული კვლევის პროცესში, ასევე ადგილობრივი რიტუალების კომუნიკაციისას ყურადღება უნდა მიექცეს იმას, თუ რამდენად არის შეთანხმებული კულტურის მოღვაწეებისა და პრაქტიკოსების საქმიანობა. ამიტომ, ტურისტული კომუნიკაციის და სარეკლამო კონცეფციების დამუშავების პროცესში ჩართული უნდა იყვნენ კულტურის სფეროს წარმომადგენლებიც. საზოგადოებასთან ურთიერთობის სწორ ორგანიზებას შეუძლია შეთავაზებაზე მოთხოვნა მნიშვნელოვნად გაზარდოს.

ცოცხალი ტრადიციების შენარჩუნებისა და ხელშეწყობის უზრუნველსაყოფად, საჭიროა ნებისმიერი სახის ცვლილებების კვლევა, რომლებიც ტურისტული ღირებულების მეშვეობით იქნა განპირობებული. მოთხოვნა არის პრაქტიკოსებთან რეგულარული კონტაქტი და ინფორმაციის გაცვლა. თუ ცოცხალ ტრადიციებზე ნეგატიური გავლენა იქნება დაფიქსირებული, საჭიროა ზომების მიღება, რათა მოხერხდეს ამ ტრადიციების შენარჩუნება.

- თუ გავითვალისწინებთ, რომ "კარგ საქმეს დრო სჭირდება", მაშინ გათვლა რამდენიმე წელზე უნდა მოხდეს, სანამ ტურისტული შეთავაზება შეიქმნება. ახალ შეთავაზებაზე არ შეიძლება გადაჭარბებული მოლოდის ქონა.

- თანამშრომლები ხარისხის უზრუნველყოფის მნიშვნელოვანი ფაქტორია. ხშირი საკადრო ცვლილებები ნდობის ფორმირებასა და თანამშრომლობას აფერხებენ. გარდა ამისა, რეგიონის კულტურული პოტენციალის შესახებ მიმოხილვის შექმნას, ასევე ტურიზმით დაინტერესებულ მხარეებს („სტეიქჰოლდერებს“), ცოცხალი ტრადიციების პრაქტიკოსებსა და მოსახლეობას შორის დაახლოებასა და ნდობის ჩამოყალიბებას დრო სჭირდება.

2.3. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის მდგომარეობა და არსებული პრობლემები

საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის (როგორც მატერიალურის ისე არამატერიალურის) დაცვის ადმინისტრირებისა და მართვის სისტემაში იგულისხმება ხელისუფლების ყველა შტოს (საკანონმდებლო, აღმასრულებელი, სასამართლო) წარმომადგენლობა, კერძოდ, კი საქართველოს პარლამენტი (განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის კომიტეტი), საქართველოს მთავრობა, კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტრო, საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტო, აჭარის, აფხაზეთის ავტონომიური რესპუბლიკის განათლების, კულტურისა და სპორტის სამინისტრო, საქართველოს იუსტიციის სამინისტრო, ქვეყნის სამხარეო ადმინისტრაციები, ადგილობრივი თვითმმართველობები, მათდამი დაქვემდებარებული კულტურის სამსახურები და ა.შ. ეს არც არის გასაკვირი, რადგან, კულტურული მემკვიდრეობა ეს იქნება მატერიალური თუ არამატერიალური, ხალხის, მთელი საზოგადოების საკუთრებაა და მათი ზრუნვის საგანია, ამიტომ, მისი დაცვა-პოპულარიზაცია არ არის ერთი რომელიმე დარგის ან უწყების (მაგალითად, კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს, ფინანსთა სამინისტროს და ა.შ.), ან საზოგადოების ნაწილის (მაგალითად, კულტურისა და განათლების სფეროს მუშაკების) ვალდებულება. თუმცა, აქვე ისიც უნდა შევნიშნოთ, რომ კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-პოპულარიზაციის საქმეში ზოგიერთი სახელმწიფო სტრუქტურის როლი და მნიშვნელობა განსაკუთრებულია.

საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის განვითარების საქმეში ძალზე მნიშვნელოვანია უმაღლესი საკანონმდებლო ორგანოს როლი, რომელიც ამ მიმართულებით საკანონმდებლო ბაზის განმტკიცებასა და მიღებული კანონების თუ მის მიერ რატიფიცირებულ საერთაშორისო დოკუმენტებში ასახული მოთხოვნების პრაქტიკაში დანერგვის პროცესის ეფექტიან მონიტორინგში მდგომარეობს. ამ მხრივ გამოჩეულია პარლამენტის განათლების, მეცნიერებისა და კულტურის კომიტეტზე დაკისრებული ფუნქციები. კომიტეტი საქართველოს კონსტიტუციისა და კანონმდებლობით დადგენილი კომპეტენციის ფარგლებში: 1. კოორდინაციას უწევს საგანმანათლებლო და კულტურის პოლიტიკის განსაზღვრისა და ინსტიტუციონალური რეფორმების გადაჭრის საკითხებს. 2. ამზადებს განათლების, მეცნიერული კვლევების, კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის უზრუნველყოფასთან დაკავშირებულ კანონპროექტებს. 3. ხელს უწყობს სამეცნიერო კვლევებისა და ინოვაციების გაუმჯობესების მიზნით საქართველოს პარლამენტში შემოსული წინადადებების დამუშავება-განხორციელებას. 4. უზრუნველყოფს

ქართველ მეცნიერთა და პედაგოგთა ინტეგრაციას საერთაშორისო სამეცნიერო სივრცეში. 5. მუშაობს კულტურის სფეროში ევროატლანტიკურ ინტეგრაციასთან დაკავშირებულ პრობლემებზე.

საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს დებულების მეორე მუხლის თანახმად კულტურულ მემკვიდრეობასთან მიმართებაში მისი ამოცანებია:

ა) კულტურისა და კულტურული მემკვიდრეობის სფეროებში ქვეყნის ერთიანი პოლიტიკის შემუშავება, დაგეგმვა და მისი რეალიზების კოორდინაცია;

ბ) მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის, კულტურის უძრავი და მოძრავი ძეგლების, ნებისმიერი მასალითა და საშუალებით ყოველ ისტორიულ ეპოქაში შექმნილი კულტურული და შემოქმედებითი მოღვაწეობის ნიმუშების, ფოლკლორის, ისტორიულ, არქეოლოგიურ, ეთნოლოგიურ, მემორიალურ, რელიგიურ, ესთეტიკურ, მხატვრულ, მეცნიერულ, ტექნიკურ, ტექნოლოგიურ თუ სხვა კულტურულ ღირებულებათა აღრიცხვა, დაცვა, შენარჩუნება და პოპულარიზაცია;

გ) საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე არსებული კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა და ამ მიზნით მისი სისტემატური შემოწმება; მოძრავი და უძრავი ძეგლების სახელმწიფო რეესტრში შეტანისა და მათი რეესტრიდან ამორიცხვის წესების დადგენა და შესრულება; ძეგლებისა და ძეგლის ნიშნის მქონე ობიექტების გამოვლენა, მათი ექსპერტიზა და კლასიფიკაცია; კულტურული მემკვიდრეობის ერთიანი საინფორმაციო ბანკის შექმნა; შესაბამის სახელმწიფო ორგანოებთან ერთად არქეოლოგიური და არქიტექტურული ძეგლების, ძეგლთა კომპლექსების, ურბანული ძეგლების დამცავი ზონების დადგენა-დამტკიცება; ძეგლებზე ყოველგვარი სამუშაოს განხორციელების მეთოდოლოგიის დადგენა და მისი მიმდინარეობის კონტროლი; შესაბამის სახელმწიფო ორგანოებთან ერთად კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლთა ხელყოფის აღკვეთა;

კ) კულტურისა და კულტურული მემკვიდრეობის სფეროებში საინვესტიციო და საქველმოქმედო საქმიანობის განხორციელების ხელშეწყობა;

მ) დამკვეთის ფუნქციის შესრულება კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სფეროების განვითარებისათვის საჭირო კაპიტალური მშენებლობის, სარეკონსტრუქციო და სარემონტო სამუშაოების წარმოების მიზნით;

ნ) კანონით დადგენილი წესით რეკომენდაციათა შემუშავება საქართველოს მთელ ტერიტორიაზე ძეგლების, არქიტექტურულ-სკულპტურული და დეკორატიული კომპოზიციების აგების, განთავსების ან დემონტაჟის შესახებ.

მე- 3 მუხლის მიხედვით კი სამინისტრო თავისი კომპეტენციის ფარგლებში:

ბ) კოორდინაციას უწევს კულტურისა და კულტურული მემკვიდრეობის სფეროების განვითარების პროგრამების განხორციელებას;

დ) ქმნის პირობებს კულტურისა და კულტურული მემკვიდრეობის სფეროებში საზღვარგარეთის ქვეყნებთან ფართო თანამშრომლობისათვის;

ე) ხელს უწყობს საქართველოს ტერიტორიაზე უცხოური კულტურის კერებისა და ფონდების შექმნას;

კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის მიზნით მრავალი ფუნქციის შესრულება ევალება სამინისტროს კულტურული მემკვიდრეობის დეპარტამენტს. კერძოდ, იგი შეიმუშავებს სამინისტროს პოლიტიკას, რომელიც მოიცავს ისეთ მიმართულებებს, როგორცაა:

ა) საქართველოს ტერიტორიაზე და მის ფარგლებს გარეთ არსებული კულტურული მემკვიდრეობის მოვლა-პატრონობისა და მართვის პოლიტიკის განსაზღვრა;

ბ) კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის, მართვისა და პოპულარიზაციისათვის განსახორციელებელი ღონისძიებების სტრატეგიული დაგეგმვა და მათი მონიტორინგი;

გ) კულტურული მემკვიდრეობის სფეროში საერთაშორისო კონვენციებისა და ხელშეკრულებებით აღებული ვალდებულებების ეფექტური განხორციელების ხელშეწყობა;

დ) კულტურული მემკვიდრეობის მოვლა-პატრონობისა და მართვის საერთაშორისო სტანდარტების დანერგვის მიზნით, სახელმწიფო, საერთაშორისო, საზოგადოებრივ და კერძო ორგანიზაციებთან მჭიდრო თანამშრომლობა;

ე) კულტურული მემკვიდრეობის სფეროში საზოგადოებრივი ცნობიერების ამაღლების მიზნით, საგანმანათლებლო და ახალგაზრდული (არაფორმალური განათლება) პროგრამების შემუშავება და ინიცირება;

ვ) იუნესკოს მიერ დადგენილი სტანდარტების შესაბამისად, მსოფლიო კულტურული მემკვიდრეობის სიაში მყოფ ძეგლთა დაცვისა და ეფექტური მართვის მექანიზმების დანერგვა;

ზ) საქართველოში არსებული მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გამოვლენისა და შენარჩუნების ღონისძიებათა განხორციელება და მათი ხელშეწყობა; ძეგლებისა და კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტების ექსპერტიზა, აღრიცხვა, პასპორტიზაცია, კულტურული მემკვიდრეობის ერთიანი მონაცემთა ბაზის შექმნა;

თ) კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ღონისძიებათა განხორციელების უზრუნველყოფა, მისი შესწავლისა და მოვლა-პატრონობის მეთოდოლოგიის შემუშავება;

ი) კულტურული მემკვიდრეობის (კულტურული ფასეულობის) საქართველოდან გატანისა და საქართველოში შემოტანის კონტროლი და რეგულირება, კულტურული მემკვიდრეობის სფეროს სამართალდამცავ და საბაჟო ორგანოებთან თანამშრომლობა და ა.შ.

ქვეყნის კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-შენახვის, შექმნა-განვითარებისა და პოპულარიზაციის საქმეში განსაკუთრებული მისია აქვს დაკისრებული საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს.

სააგენტოს მიზნები და ამოცანები³⁹:

ა) საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის უძრავი და მოძრავი ძეგლებისა და ობიექტის დაცვა, მოვლა-პატრონობა, სამუზეუმო ექსპონატების აღრიცხვა და პოპულარიზაცია; სამეცნიერო-კვლევითი, საკონსულტაციო და საექსპერტო საქმიანობის განხორციელება;

ბ) საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის სფეროში სამეცნიერო-ტექნიკური პროგრესისა და სამეცნიერო საქმიანობისათვის ყოველმხრივი ხელშეწყობა;

გ) ახალი ტექნოლოგიების შექმნა, ანალიზი და დანერგვა;

დ) საერთაშორისო თანამშრომლობის განვითარება;

ე) ახალი სამეცნიერო პერსონალის მომზადებაში და გადამზადებაში მონაწილეობა;

ვ) საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებისა და ექსპონატების ყოველმხრივ შესწავლა, მათი ისტორიული, მეცნიერული და მხატვრული ღირებულებების განსაზღვრა, მოძიებული მასალების დამუშავება;

ზ) საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ფუნდამენტური და გამოყენებითი კვლევა და პოპულარიზაცია;

თ) საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ ფუნდამენტური სამეცნიერო ნაშრომების მომზადება პუბლიკაციისათვის, ინფორმაციის და დოკუმენტაციის შეგროვება, კულტურული დაცვის მეთოდოლოგიის კვლევა, დამუშავება და პრაქტიკაში დანერგვა;

ი) საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებისა და ობიექტების ფიქსაცია და ინვენტარიზაცია (მოძრავი და უძრავი ძეგლების პასპორტების შედგენა); სახელმწიფო და კერძო კოლექციების აღრიცხვა და შესწავლაში მონაწილეობა;

კ) კულტურული მემკვიდრეობის სფეროში სპეციალისტთა მომზადებაში მონაწილეობის მიღება;

³⁹ საჯარო სამართლის იურიდიული პირის – „საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს“ დებულება, საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის მინისტრის ბრძანება №05/11, 2015 წლის 3 თებერვალი, ქ. თბილისი.

ლ) საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლზე (შემდგომში – ძეგლი) და ობიექტებზე ჩასატარებელი კვლევითი და სარეაბილიტაციო სამუშაოების პროექტების მეთოდოლოგიური ექსპერტიზა, ძეგლების დაცვისა და კონსერვაციის პროგრამებისა და დოკუმენტაციის შემუშავება;

მ) კომპეტენციის ფარგლებში საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების შემოწმება და სამართალდარღვევათა ფაქტების სამინისტროსთვის შეტყობინება რეაგირებისათვის;

ნ) კულტურულ-საგანმანათლებლო და ტურისტული პროგრამების მომზადება და განხორციელება საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის პოპულარიზაციის და შემცნების მიზნით;

ო) კომპეტენციის ფარგლებში საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის საინფორმაციო ბანკების შექმნა;

პ) უძრავი და მოძრავი ძეგლების რეესტრში შესატანად წინადადებების მომზადება.

სააგენტო კანონმდებლობით დადგენილი წესით უფლებამოსილია:

ა) განახორციელოს ფუნდამენტური და გამოყენებითი ხასიათის კვლევები საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობისა და თანამედროვე ხელოვნების ისტორიის სფეროებში;

ბ) შეიმუშაოს საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის სფეროში სახელმწიფო პოლიტიკის ფორმირებისა და სრულყოფისათვის მეცნიერულად დასაბუთებული თეორიულ-მეთოდოლოგიური და პრაქტიკული რეკომენდაციები;

გ) დაამზადოს ძეგლებისა და საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტების ნახაზები, ფოტოები და სხვა ვიზუალური მასალა, მოახდინოს საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ ინფორმაციისა და დოკუმენტაციის დიგიტალიზაცია, დაკომპლექტება და არქივირება; შექმნას შესაბამისი არქივები, საინფორმაციო ბანკები, განახორციელოს მოპოვებული (შექმნილი) ინფორმაციის მოვლა-პატრონობა და გავრცელება;

დ) მოპოვებული (შექმნილი) მასალების გამოყენებით მოამზადოს და მოაწყოს ფოტო და სხვა გამოფენები საქართველოში და საზღვარგარეთ, გამოსცეს სამეცნიერო ნაშრომები, ბარათები, ბუკლეტები, გზამკვლევები, ალბომები ქართულ და უცხო ენებზე;

ე) ფიზიკურ და იურიდიულ პირებს გაუწიოს მომსახურება საქართველოს კულტურული ფასეულობებისათვის (ნივთებისათვის) ექსპერტიზის ჩატარების მიზნით;

ვ) უფლებამოსილი პირის მიმართვის საფუძველზე ან საკუთარი ინიციატივით მეცნიერულად შეისწავლოს კონკრეტული ძეგლები და საქართველოს კულტურული

მემკვიდრეობის სხვა ობიექტები. მათი კვლევისა და რეაბილიტაციის საკითხებთან დაკავშირებით შეიმუშაოს კონკრეტული რეკომენდაციები და პროექტები;

ზ) გაუწიოს დახმარება საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებზე სააღრიცხვო და სხვა სახის დოკუმენტაციის მომზადებაში;

თ) შეისწავლოს სხვა ქვეყნების გამოცდილება სახელოვნებათმცოდნეო და კულტურული მემკვიდრეობის სფეროებში, მათ შორის, სამეცნიერო-კვლევითი და სარეაბილიტაციო სამუშაოების მეთოდოლოგიისა და ტექნოლოგიების სრულყოფისათვის, ხელი შეუწყოს ტექნიკური სიახლეების გამოყენებას;

ი) ხელი შეუწყოს სამეცნიერო კადრების მომზადებასა და კვალიფიკაციის ამაღლებას სახელოვნებათმცოდნეო და საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის სფეროებში; მოამზადოს სახელმძღვანელოები ხელოვნების ისტორიასა და საკონსერვაციო საქმიანობაში;

კ) როგორც სახელმწიფო დაკვეთით, ისე სახელშეკრულებო საფუძველზე:

კ.ა) დამოუკიდებლად აწარმოოს სამეცნიერო გამოკვლევები;

კ.ბ) შეადგინოს კონკრეტული საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლის სარეაბილიტაციო პროექტი და კანონმდებლობით დადგენილი წესით უზრუნველყოს მისი განხორციელება;

კ.გ) ასევე საკუთარი ინიციატივით, კანონმდებლობით დადგენილი წესით, ძეგლზე აწარმოოს სამეცნიერო-კვლევითი და სარეაბილიტაციო სამუშაოები;

ლ) ითანამშრომლოს საქართველოს და საზღვარგარეთის შესაბამის სამთავრობო, სამეცნიერო, სასწავლო და სხვა დაწესებულებებთან;

მ) საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის საკითხებთან დაკავშირებით მოაწიოს საერთაშორისო და ადგილობრივი სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციები, სესიები, სიმპოზიუმები, თათბირები, სემინარები, კონსულტაციები;

ნ) ხელშეკრულების საფუძველზე მოამზადოს და გადასცეს მის მიერ შექმნილი და არქივში დაცული, ძეგლებთან და საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტებთან დაკავშირებული, შესაბამისი ვიზუალური თუ სხვა სახის სამეცნიერო მასალები (მათ შორის, ძეგლზე სამუშაოებისა და კულტურული მემკვიდრეობის ზონებში მშენებლობის ნებართვის მისაღებად კანონმდებლობით გათვალისწინებული სამეცნიერო და სარეკომენდაციო მასალები);

ო) დაამყაროს საქმიანი კონტაქტები და ითანამშრომლოს საზღვარგარეთის წამყვან სამეცნიერო და საგანმანათლებლო ცენტრებთან და ძეგლთა დაცვის სფეროში მოქმედ საერთაშორისო ორგანიზაციებთან;

პ) ხელი შეუწყოს ორგანიზებულ ტურიზმს; კერძოდ, მოამზადოს და განახორციელოს კულტურულ-შემეცნებითი პროგრამები;

ჟ) მონაწილეობა მიიღოს მუზეუმების, მათ შორის, მუზეუმ-ნაკრძალების ექსპოზიციების განახლებასა და რენოვაციაში და მოამზადოს შესაბამისი პროექტები, წინადადებები და რეკომენდაციები;

რ) მოამზადოს და განახორციელოს მუზეუმ-ნაკრძალების ტერიტორიების განვითარების გეგმები, ვიზიტორთა მოზიდვისა და მათთვის სათანადო პირობების შექმნის მიზნით, მოაწყოს შესაბამისი ინფრასტრუქტურა (სამუზეუმო მაღაზია, კაფე და ა.შ.);

ს) განახორციელოს საქართველოს არამატერიალური და მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებისა და ობიექტების ფიქსაცია და ინვენტარიზაცია (მოძრავი და უძრავი ძეგლების სააღრიცხვო ბარათებისა და პასპორტების შედგენა), მონაწილეობა მიიღოს სახელმწიფო და კერძო კოლექციების აღრიცხვასა და შესწავლაში;

ტ) კომპეტენციის ფარგლებში განახორციელოს სახელმწიფო შესყიდვები;

უ) საქმიანობის მიზნებისა და ფუნქციების გათვალისწინებით განახორციელოს კანონმდებლობით დადგენილი და ნებადართული სხვა საქმიანობა;

ფ) განახორციელოს სააგენტოსა და საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს შორის გაფორმებული ადმინისტრაციული ხელშეკრულებით მინიჭებული უფლებამოსილებები.

2. სააგენტო უფლებამოსილია, კანონმდებლობით დადგენილი წესით განახორციელოს დამხმარე ხასიათის ეკონომიკური საქმიანობა, მაგრამ არსებითად არ უნდა გადავიდეს სამეწარმეო საქმიანობაზე.

აჭარის ავტონომიურ რესპუბლიკაში კულტურისა და მემკვიდრეობის პოლიტიკაზე პასუხისმგებელია აჭარის ავტონომიური რესპუბლიკის განათლების, კულტურისა და სპორტის სამინისტრო, რომელსაც ამ ნაწილში საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს მსგავსი ფუნქციები აქვს დაკისრებული. იგივე შეიძლება ითქვას აჭარის კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს მიმართ, რომელიც აჭარის ტერიტორიაზე არსებული მემკვიდრეობის მართვას ახორციელებს.

მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის კუთხით მნიშვნელოვანი ფუნქციები აქვს დაკისრებული ადგილობრივ თვითმმართველობებს. საქართველოს ორგანულ კანონში - „ადგილობრივი თვითმმართველობის კოდექსში“ ჩამოყალიბებულია მუნიციპალიტეტის საკუთარი უფლებამოსილებები (მუხლის 16, პ.2, „ტ“ ქვეპუნქტი), ესენია: „ადგილობრივი თვითმყოფადობის, შემოქმედებითი საქმიანობისა და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა და განვითარება; ადგილობრივი მნიშვნელობის კულტურის ძეგლთა მოვლა-შენახვა, რეკონსტრუქცია და რეაბილიტაცია...“;

გარდა ამისა, პ.4-ის მიხედვით „ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანო უფლებამოსილია ამ მუხლის მე-3 პუნქტით განსაზღვრული წესით განახორციელოს ღონისძიებები დასაქმების ხელშეწყობის, სოფლის მეურნეობის, მათ შორის, სასოფლო-სამეურნეო კოოპერაციის, მხარდაჭერისა და ტურიზმის განვითარების... და სხვა მიზნებით“.

კულტურული მემკვიდრეობის მართვისათვის მნიშვნელოვან ინფორმაციას (ძეგლების აღლიცხვა, რეგისტრაცია და სხვა) ამუშავებს საქართველოს იუსტიციის სამინისტრო, გიორგი ჩუბინაშვილის სახელობის ქართული ხელოვნების ისტორიისა და ძეგლთა დაცვის ცენტრი, საქართველოს საგარეო საქმეთა სამინისტროს საქართველოს იუნესკოს საქმეთა ეროვნული კომისია (რომელიც საქართველოში მსოფლიო მემკვიდრეობის კონვენციისა და სხვა საერთაშორისო კონვენციების აღსრულებას კურირებს), საქართველოს ეროვნული მუზეუმი (რომელიც წარმოადგენს მუზეუმებისა და მუზეუმ-ნაკრძალების მძლავრ ქსელს).

კულტურული მემკვიდრეობის სექტორში აქტიურად მოღვაწეობენ არასამთავრობო ორგანიზაციები: ხელოვნების საერთაშორისო ცენტრი, ICOM საქართველო, ICOMOS საქართველო, კავკასიის გარემოსდაცვითი არასამთავრობო ორგანიზაციების ქსელი – CENN, მწვანე ალტერნატივა, ასოციაცია „საზოგადოება და კულტურული გარემო“, „ტფილისის ჰამქარი“, ლურჯი ფარის საერთაშორისო კომიტეტის საქართველოს ეროვნული კომიტეტი, კულტურული მემკვიდრეობის არასამთავრობო მონიტორინგი, „ძეგლის მეგობარი“, „მემკვიდრეობა მომავლისათვის“ და ა. შ.

განსაკუთრებით მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ნაწილში ძალზე მნიშვნელოვანია საქართველოს ავტოკეფალიური მართლმადიდებელი ეკლესიის როლი და მნიშვნელობა, რადგან საქართველოს სახელმწიფოსა და საქართველოს მართლმადიდებელ ეკლესიას შორის გაფორმებული კონსტიტუციური შეთანხმების საფუძველზე იგი ფლობს ქვეყნის მემკვიდრეობის უმნიშვნელოვანეს ნაწილს, ისტორიულ ეკლესია-მონასტრებს და სახელმწიფოსთან ერთად ახორციელებს მათ დაცვასა და მოვლა-პატრონობას.

კულტურული მემკვიდრეობის მართვაში ძალზე დიდია ქალაქ თბილისის მერიისა და საკრებულოს როლი. თბილისის მერია მართავს თბილისის ისტორიულ ნაწილს, რომელიც მსოფლიო მემკვიდრეობის წინასწარული ნუსხის ძეგლია.

უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოში კულტურული მემკვიდრეობის (პირველ რიგში მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის) მართვის პროცესისათვის საჭირო საკანონმდებლო ბაზა ძირითადად არსებობს, ამ მხრივ აღმასრულებელი ხელისუფლების უმაღლესი, რეგიონული და ადგილობრივი ორგანოების ფუნქციები და უფლებამოსილებანი განსაზღვრულია, თუმცა, სხვადასხვა მიზეზის გამო მემკვიდრეობის მართვის პროცესი მაინც შორსაა სრულყოფისაგან. სამწუხაროდ, ქვეყანაში, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის სფეროში კიდევ უფრო მძიმე მდგომარეობა გვაქვს. კერძოდ, საქართველოში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის სფეროში არსებული პრობლემებიდან აღსანიშნავია:

1. ამჟამად, საქართველოში მიმდინარეობს „საქართველოს კულტურული და ბუნებრივი მემკვიდრეობის“ კოდექსზე მუშაობა, რომელშიც მოხდება არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დამცავი მექანიზმების დაფიქსირება, რომელიც სხვასთან ერთად მისი მართვის მიმართულებებსაც განსაზღვრავს.

უნდა მომზადდეს აღნიშნული კოდექსისთვის კანონქვემდებარე სამართლებრივი დოკუმენტაცია. მართვის საკითხების ერთ კანონში/კოდექსში თავმოყრა მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს ამ მიმართულებებით საქმიანობის ეფექტიანობის ამაღლებას. ასეთი კანონი მაღალგანვითარებულ ქვეყნებთან ერთად განვითარებად ქვეყნებსაც აქვთ (მაგალითად, მოლდოვას, ყირგიზეთს და სხვებს);

2. სახელმწიფო მართვის სხვადასხვა დონეზე (უმაღლეს, რეგიონულ და მუნიციპალურ დონეებზე) უშუალოდ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ნაწილში დასაზუსტებელია სახელმწიფო ორგანოების ფუნქციები, უფლებამოსილებანი, ფინანსური უზრუნველყოფის წყაროები და ა.შ. მართალია, იშვიათად, მაგრამ მაინც კულტურული მემკვიდრეობის მართვის მიზნით განსახორციელებელი ღონისძიებების ჩამოთვლის დროს „მატერიალურთან“ ერთად „არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობაც“ მოიხსენიება, მაგრამ საქართველოში, ხელისუფლების მიერ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-პოპულარიზაციისადმი სისტემური მიდგომა ვერ ხორციელდება;

3. სამინისტროს საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნულ სააგენტოზე დელეგირებული აქვს კულტურული მემკვიდრეობის მართვისა და ადმინისტრირების აბსოლუტური უფლებამოსილება, კერძოდ: მემკვიდრეობის აღნუსხვა, სამუშაოების დაგეგმვა,

სახელმწიფო შესყიდვების მართვა, მონიტორინგის განხორციელება, კვლევითი სამუშაოების ჩატარება, მსოფლიო მემკვიდრეობის მართვა, საერთაშორისო ურთიერთობები, ნებართვების გაცემა და ა. შ.. სააგენტოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ნაწილში დელეგირებული ფუნქციების შესასრულებლად საჭიროა შესაბამისი რესურსები (ფინანსური, მატერიალურ- ადმინისტრაციული, ადამიანური და სხვ.) გააჩნდეს. მიუხედავად იმისა, რომ სააგენტო ეროვნული ძეგლების ბაზაზე შეიქმნა, რეალურად ახორციელებს მთელი რეგისტრირებული მემკვიდრეობის ადმინისტრირებას და მისი უდიდესი ნაწილის მართვას, ვინაიდან სხვა ინფრასტრუქტურა (გარდა ეროვნული მუზეუმისა და აჭარის ძეგლთა დაცვის სააგენტოსი) ქვეყნის უძრავ მემკვიდრეობას არ გააჩნია. იმის გათვალისწინებით, რომ რეგიონებში ადგილობრივი მნიშვნელობის ძეგლების მართვის ერთეულები და ადმინისტრაციები არ ფუნქციონირებს, სააგენტო ცდილობს, რეგიონებში არსებული მუზეუმ-ნაკრძალების მეშვეობით განახორციელოს დანარჩენი ძეგლების მოვლა-პატრონობა და მონიტორინგი. მუზეუმ-ნაკრძალების რესურსები შეზღუდულია, არსებული ადმინისტრირების წესი კი არ იძლევა საშუალებას, რომ მათ დამოუკიდებლად განკარგონ თუნდაც მწირი რესურსები;

4. მსოფლიო გამოცდილება გვასწავლის, რომ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სრულფასოვანი მართვა შეუძლებელია ადგილობრივ თვითმმართველობებში შესაბამისი პირობების (იგულისხმება ამ მიმართებით მათი უფლებამოსილებისა და პასუხისმგებლობის ამაღლება, შესაბამისად, მატერიალური, ფინანსური, ადამიანური, ინფორმაციული რესურსებით უზრუნველყოფა და ა.შ.) შექმნის გარეშე. სწორედ ადგილობრივი თვითმმართველობები უნდა წარმოადგენდნენ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის აღრიცხვის, დაცვა-შენახვისა და პოპულარიზაციის ერთ-ერთ უმნიშვნელოვანეს რგოლს, რადგან მათ ყველაზე კარგად იციან (უნდა იცოდნენ) დაქვემდებარებულ ტერიტორიაზე ამ მხრივ არსებული მდგომარეობა, მათ შორის პრობლემები. სამწუხაროდ, საქართველოში კულტურული მემკვიდრეობის, განსაკუთრებით კი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-პოპულარიზაციის საქმეში ადგილობრივი თვითმმართველობების ამჟამინდელი წვლილი სრულიად არასაკმარისია, რაც არც არის გასაკვირი, რადგან მათ უფლებამოსილებებში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-პოპულარიზაციის ფუნქცია ცალკე გამოყოფილი არც არის (ის, უკეთეს შემთხვევაში კულტურულ მემკვიდრეობაში იგულისხმება). საქართველოში მემკვიდრეობის რეგისტრაციის საქმეში ადგილობრივი თვითმმართველობა ან ვერ მონაწილეობს, ან კი მისი წვლილი მინიმალურია უფლებამოსილების ან შესაბამისი რესურსების უქონლობის გამო. მაგალითად, თელავის მუნიციპალიტეტში 29 სოფლის ტერიტორიაზე 171

ძეგლია. მუნიციპალიტეტის გამგეობის კულტურის, ძეგლთა დაცვისა და განათლების სამსახურს ერთი ძეგლთა დაცვის სპეციალისტი ჰყავს. ადგილობრივი ინიციატივა – ყოველი სოფლისთვის აღედგინათ ერთი მცველის შტატი მინიმალური ხელფასით, დღემდე ვერ (არ) იქნა დაკმაყოფილებული. ამასთან, ისიც აღსანიშნავია, რომ სამხარეო ადმინისტრაციაში შესაბამისი სოციალური სამსახურები გათვალისწინებული არ არის.

5. საყურადღებოა ამ რამდენიმე წლის წინათ დამუშავებული „ქართული კულტურის დღევანდელი მდგომარეობა და მისი განვითარების კონცეფციის“ კულტურული მემკვიდრეობის ნაწილში გაკეთებული დასკვნები. კერძოდ, მასში აღნიშნულია, რომ „კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების რეაბილიტაციის პროცესი არ/ვერ ხორციელდება თანამედროვე საერთაშორისო სტანდარტების, იუნესკოს და სხვა საერთაშორისო ინსტიტუციების რეკომენდაციების გათვალისწინებით.

პრობლემები, რომლებიც იკვეთება საქართველოში არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობასთან დაკავშირებით⁴⁰:

- თაობიდან თაობისათვის აკმ-ს გადაცემის უწყვეტობის მოშლა;
- აკმ-ს მატარებლის დაცვის მექანიზმების არარსებობა;
- საზოგადოების ჯგუფების გენეტიკური მეხსიერების მოშლა;
- აკმ-ს სოციალური გარემოს მოშლა.
- სახელმწიფო დაცვის მექანიზმების არასრულყოფილება;
- გლობალიზაცია;
- კულტურული სტანდარტიზაციის ტენდენციები;
- მოსახლეობის მიგრაცია;
- რესურსების უკმარისობა;
- ზედმეტი კომერციალიზაცია (მათ შორის ტურისტული ან სხვა მიზნებით);
- რელიგიური ან სხვა მხრიდან ხელოვნული ჩარევა (მათ შორის აკრძალვა, მისადაგება, დადგმა, და ა.შ.);

⁴⁰ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა, რეალობა და პერსპექტივა, 2016 წლის სამოქმედო გეგმა.

თავი 3. საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის სრულყოფის მიმართულებები ტურიზმში

3.1. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის ოპტიმიზაციის მიმართულებები

2003 წ. 17 ოქტომბერს პარიზში მიღებული საერთაშორისო კონვენცია „არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის შესახებ“ ამ მიმართულებით მნიშვნელოვან წინგადადგმულ ნაბიჯს წარმოადგენს. კონვენციაში ხაზგასმითაა აღნიშნული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის, როგორც კულტურათა მრავალფეროვნების შენარჩუნების მთავარი ფაქტორის და განუხრელი განვითარების გარანტიის დიდი მნიშვნელობის, იუნესკოს მიერ მიღებული პროგრამების - არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შედეგებად გამოცხადების, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის, როგორც ხალხთა დაახლოების, ურთიერთგაცვლისა და ურთიერთგაგების ხელშემწყობი ფაქტორების ფასდაუდებელი როლის შესახებ.

აღნიშნული კონვენციის მესამე ნაწილი - „არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა ეროვნულ დონეზე“ ყველა მონაწილე სახელმწიფოს ავალდებულებს:

ა) მიიღოს აუცილებელი ზომები მის ტერიტორიაზე არსებული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის უზრუნველსაყოფად;

ბ) გაერთიანებების, ჯგუფებისა და შესაბამისი არასამთავრობო ორგანიზაციების მონაწილეობით მოახდინოს მის ტერიტორიაზე არსებული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სხვადასხვა ელემენტის იდენტიფიცირება და განსაზღვრა.

კონვენციის მე-13 მუხლის მიხედვით კი თითოეული მონაწილე სახელმწიფო, მის ტერიტორიაზე არსებული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის, განვითარებისა და როლის ამაღლების უზრუნველყოფის მიზნით:

ა) ატარებს საერთო პოლიტიკას, რომელიც მიზნად ისახავს საზოგადოებაში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის როლის ამაღლებასა და ამ მემკვიდრეობის დაცვის ჩართვას დაგეგმარების პროგრამებში;

ბ) ნიშნავს ან ქმნის ერთ ან რამდენიმე კომპეტენტურ ორგანოს მის ტერიტორიაზე არსებული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის მიზნით;

გ) არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის, კერძოდ, საფრთხის წინაშე არსებული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეფექტიანობის მიზნით ხელს შეუწყობს კვლევების ჩატარებას სამეცნიერო, ტექნიკურ და ხელოვნებათმცოდნეობის დარგებში, ასევე სამეცნიერო-კვლევითი მეთოდოლოგიის შემუშავებას;

დ) იღებს შესაბამის იურიდიულ, ტექნიკურ, ადმინისტრაციულ და ფინანსურ ზომებს, რომელთა მიზანია:

* ხელი შეუწყოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის სფეროში კადრების მომზადების მიზნით შესაბამისი ინსტიტუტების შექმნას ან განმტკიცებას, აგრეთვე ამ მემკვიდრეობის გავრცელებას ფორუმების მეშვეობით, რომლებიც ითვალისწინებს მათ წარმოჩენას და გაცნობას;

* უზრუნველყოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ხელმისაწვდომობა იმ არსებული პრაქტიკის გამოყენებით, რომელიც განსაზღვრას ამგვარი მემკვიდრეობის ამა თუ იმ ასპექტის ხელმისაწვდომობის წესებს;

* შექმნას არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დოკუმენტაციაზე მომუშავე დაწესებულებები და გაადვილოს მისი ხელმისაწვდომობა.

მეტად საინტერესოა კონვენციის მე-18 მუხლი, რომელიც არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის პროგრამებს, პროექტებსა და ღონისძიებებს ეხება, აგრეთვე კონვენციის მონაწილე ქვეყნებისათვის საერთაშორისო დახმარების ფორმები (მუხლი 21) და პირობები (მუხლი 22), არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ფონდის (მუხლი 25) ფორმირებისა და გამოყენების პირობები და ა.შ.

„არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის შესახებ“ 2003 წელს მიღებული კონვენცია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ სპეციალური კანონის მიღებისათვის მნიშვნელოვან საფუძველს წარმოადგენს, რომელიც, სამწუხაროდ, ჩვენმა ქვეყანამ დღემდე ვერ გამოიყენა.

ამჟამად, როგორც ზემოთ უკვე აღინიშნა, კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ერთ-ერთ მთავარ მარეგულირებელ დოკუმენტს წარმოადგენს საქართველოს კანონი „კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ“, რომელიც 2007 წელს იქნა მიღებული. აღნიშნული კანონი ძალიან ფართოა და იგი არქეოლოგიურ და მატერიალურთან ერთად ფრაგმენტულად არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობასაც ეხება. თუმცა, როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ ამჟამად მიმდინარეობს მუშაობა „საქართველოს კულტურული და ბუნებრივი მემკვიდრეობის კოდექსზე“ და ის, რაც შეიძლება სწრაფად უნდა იქნეს მიღებული ჩვენი ქვეყნის პარლამენტის მიერ. ჩვენი აზრით,

საჭიროა აღნიშნულ კოდექსში, სხვა მნიშვნელოვან მიმართულებებთან ერთად აისახოს საქართველოში მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის მექანიზმი. კარგი იქნება თუ მასში მინიშნებული იქნება ამ მიმართულებით აღმასრულებელი ხელისუფლების ადგილობრივი (მუნიციპალური), რეგიონული და უმაღლესი (ცენტრალური) ორგანოების უფლებამოსილების და პასუხისმგებლობის, მათი კოორდინირებული საქმიანობის უზრუნველყოფი ღონისძიებების შესახებ.

ქვეყანაში კულტურული მემკვიდრეობის (როგორც მატერიალურის ისე არამატერიალურის) მართვის ეფექტიანობა ბევრად არის დამოკიდებული სახელმწიფო მართვის (რომელიც რეგიონულ და მუნიციპალურ მართვასაც გულისხმობს) სრულყოფაზე, მისი საკანონმდებლო ბაზის განმტკიცებასა და სრულფასოვნად ამოქმედებაზე. კიდევ ერთხელ ხაზგასმით უნდა აღვნიშნოთ, რომ კულტურული მემკვიდრეობის (მატერიალურის და არამატერიალურის) მართვის სისტემის რგოლების (უმაღლესი-ცენტრალური, რეგიონული და მუნიციპალური-ადგილობრივი) კარგად გააზრებული და კოორდინირებული საქმიანობის გარეშე წარმატების მიღწევა შეუძლებელი იქნება.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის სფეროში არსებული მდგომარეობის გაუმჯობესების მიზნით მის უმაღლეს-ცენტრალურ რგოლში (მთავრობის ადმინისტრაცია, საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტრო, საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტო) საჭიროა:

- ნათლად განისაზღვროს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის განვითარების მიზნით განსახორციელებელი ისეთი ღონისძიებები, როგორცაა⁴¹:

- დარგის განვითარების გრძელვადიანი სტრატეგიის შემუშავება
- დარგის მართვის სტრატეგიის შემუშავება
- დარგის კანონი და კანონქვემდებარე აქტები
- დარგის ასახვა ქვეყნის კულტურის პოლიტიკაში
- დარგის განვითარების გრძელვადიანი პროგრამის შემუშავება
- საინფორმაციო ელექტრონული ბაზისა და ვებ საიტის შექმნა
- დარგის გარშემო საინფორმაციო სივრცის აქტუალიზაცია
- საერთაშორისო კონტაქტების გაძლიერება და თანამშრომლობის გააქტიურება

⁴¹ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა, რეალობა და პერსპექტივა, 2016 წლის სამოქმედო გეგმა.

- დარგის შესახებ პერიოდული ადგილობრივი და საერთაშორისო სამეცნიერო დისკუსიების, შეხვედრების, მრგვალი მაგიდის, კონფერენციის ჩატარება და მონაწილეობა
- დარგის განვითარების რეგიონული ინფრასტრუქტურის შექმნა.

- სრულად იქნეს რეალიზებული საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს კულტურული მემკვიდრეობის სტრატეგიის, ორგანიზაციების კოორდინაციისა და ნებართვების დეპარტამენტის უფლებამოსილება საქართველოში არსებული მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გამოვლენის, შენარჩუნებისა და პოპულარიზაციის ღონისძიებათა განხორციელების, ძეგლებისა და კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტების აღრიცხვის, ექსპერტიზის, პასპორტიზაციის, კულტურული მემკვიდრეობის ერთიანი საინფორმაციო ბანკის შექმნის მიმართულებით;

- შეიქმნას არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის სხვადასხვა დონეზე განსახორციელებელი საქმიანობის კოორდინაციის ეფექტური სისტემა, რომელიც ხელს შეუწყობს ცენტრალური, რეგიონული და მუნიციპალური რგოლების შეთანხმებულ საქმიანობას, ზემოდან ქვემოთ და უკუკავშირის მეშვეობით ქვემოდან ზემოთ ინფორმაციის დროულად გადაცემასა და შესაბამისი გადაწყვეტილების მიღებას;

- არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პოპულარიზაციის მიზნით აღნიშნული მემკვიდრეობის მართვის ყველა დონეზე გამოიკვეთოს კულტურულ ტურიზმში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის რაც შეიძლება სრულად ჩართვის შესაძლებლობები. აქედან გამომდინარე აუცილებელია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობისა და კულტურული ტურიზმის საკითხებით დაინტერესებული სამსახურების საქმიანობის კოორდინაცია.

კარგია რომ, საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს მიერ 2016 შემუშავებულ დოკუმენტში „კულტურის სტრატეგია 2025“-ში ყურადღება გამახვილებულია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვისა და პოპულარიზაციის ისეთ აქტუალურ საკითხებზე, როგორცაა:⁴²

- არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გამოვლენა, შესწავლა, შენარჩუნება და გაქრობის საფრთხის ქვეშ მყოფი და გამქრალი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის (ზეპირსიტყვიერება, ტრადიციული ხელოსნობა, საშემსრულებლო

⁴² “კულტურის სტრატეგია 2025“, სამუშაო ვერსია, საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტრო, 2016, გვ.42-44.

ხელოვნება, სოციალური პრაქტიკა, ცოდნა და სხვ.) სიცოცხლისუნარიანობის აღდგენა და პრაქტიციკების ხელშეწყობა;

- ქართულ ტრადიციულ სამემსრულებლო ხელოვნებასთან, საზოგადოებრივ პრაქტიკებთან და ხელოსნობასთან დაკავშირებული ნივთებისა (ინსტრუმენტები, არტეფაქტები და სხვ.) და სივრცეების დაცვა; მათი სათანადოდ შენახვისა და საზოგადოების ხელმისაწვდომობის გაზრდისთვის, გამოვლენისა და აღნუსხვის (შეგროვება, კატალოგიზაცია) სისტემის განვითარება;
- ფოლკლორის, როგორც ტრადიციული სამემსრულებლო ხელოვნების დაცვის, შენარჩუნების, განვითარებისა და პოპულარიზაციის მიზნით, კვლევების ხელშეწყობა. ფოლკლორის სფეროს ორგანიზაციებს შორის ქსელებისა და კავშირების განვითარების, ეროვნული და საერთაშორისო ღონისძიებების ჩატარების მხარდაჭერა;
- ტრადიციული ხელოსნობის, მისი გამოხატვის მრავალფეროვანი ფორმების, შესაბამისი ცოდნისა და უნარების შემდგომი თაობებისთვის გადაცემის მხარდაჭერა და პრაქტიციკების ხელშეწყობა;
- ტრადიციული არქიტექტურის დაცვა და კონსერვაცია, მშენებლობის წესებისა და ტექნიკის, შესაბამისი ცოდნისა და უნარების შემდგომი თაობებისთვის გადაცემის მხარდაჭერა და პრაქტიციკების ხელშეწყობა მათი ქალაქგეგმარების, მშენებლობის, რესტავრაციისა და გამწვანების პროექტებში ინტეგრირების გზით;
- საზოგადოების ცნობიერების ამაღლება არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მნიშვნელობის შესახებ და მისი სიცოცხლისუნარიანობის გაზრდისთვის საჭირო ქმედებების განხორციელება, საზოგადოებასთან აქტიური თანამშრომლობის გზით;
- ქართველური ენებისა და დიალექტების, ქართული დამწერლობისა და ანბანის კვლევისა და შენარჩუნების (ქართული ანბანის სამივე სახეობისთვის კომპიუტერული შრიფტების, მათ შორის დიზაინშრიფტების დამზადება, ინტერნეტში ენებისა და ანბანების აქტიური გამოყენების) ხელშეწყობა;
- საფრთხის წინაშე მყოფი ენების (განსაკუთრებით, აფხაზური ენის), როგორც ქართული იდენტობის ნაწილის, ასევე, როგორც არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის, დაცვისა და განვითარების მხარდაჭერა;
- არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დარგში ტრადიციული მეწარმეების გაერთიანებებისა და თანამშრომლობის ხელშეწყობა;

- ტრადიციული მეწარმეების მიერ შექმნილი კულტურული პროდუქტის მარკეტინგზე ზრუნვა ქალაქის / სახელმწიფოს მხრიდან.

მართალია, საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს დებულებაში არსებობს ჩანაწერი, რომ მას ევალება „კულტურულ-საგანმანათლებლო და ტურისტული პროგრამების მომზადება და განხორციელება საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის პოპულარიზაციის და შემეცნების მიზნით (მუხლი 2. პ.„ნ“). აგრეთვე, „ხელი შეუწყოს ორგანიზებულ ტურიზმს; კერძოდ, მოამზადოს და განახორციელოს კულტურულ-შემეცნებითი პროგრამები“ (მუხლი 3, „პ“); განახორციელოს საქართველოს არამატერიალური და მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებისა და ობიექტების ფიქსაცია და ინვენტარიზაცია (მოდრავი და უძრავი ძეგლების სააღრიცხვო ბარათებისა და პასპორტების შედგენა), მონაწილეობა მიიღოს სახელმწიფო და კერძო კოლექციების აღრიცხვასა და შესწავლაში (მუხლი 3, პ. „ს“),

რაც თავისთავად კარგია, მაგრამ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის ყველა დონეზე სტრუქტურულად გამოკვეთილი არაა მათი კავშირი საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის რეგიონულ სამსახურებთან, რაც კულტურულ ტურიზმში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის საუკეთესო ნიმუშების ჩართვას ხელს უშლის. (აღნიშნულ საკითხებს უფრო დაწვრილებით მომდევნო პარაგრაფში შევეხებით).

- არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ეფექტიანი მართვა სახელმწიფო მართვის ყველა დონეზე ფინანსური პრობლემის გადაწყვეტის გარეშე წარმოუდგენელია. საქართველოში, ამჟამად, მემკვიდრეობის დაცვის დაფინანსების ძირითადი წყარო კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს ბიუჯეტის ნაწილია, რომელიც კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს მეშვეობით ხმარდება სააგენტოს სტრუქტურულ ერთეულებს და დიდი ნაწილი, მეტწილად ტენდერებისა და კონკურსების გზით, კონკრეტული სარესტავრაციო სამუშაოების გეგმებისა და ფიზიკური რესტავრაციების დაფინანსებაზე მოდის.

სამწუხაროა, მაგრამ ფაქტია, საქართველოში, 2015 წლის სახელმწიფო ბიუჯეტის მთლიანი ასიგნებების დაახლოებით ერთი პროცენტი -94 900,0 ათასი ლარია გამოყოფილი კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს დასაფინანსებლად, რაც ძალიან მცირეა. ასეა წლების განმავლობაში, რაც იმაზე მიუთითებს, რომ კულტურა ჩვენი ხელისუფლებისათვის პრიორიტეტს არ წარმოადგენს. კულტურის სამინისტროს სისტემის დაფინანსების სიმცირის გამო, ბუნებრივია, კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-პოპულარიზაციის ხარჯებიც მცირეა და მინიმალურადაც

ვერ აკმაყოფილებს მასზე მოთხოვნილებას. უკანასკნელი წლებში იგი დაახლოებით 6,5-7,0 მილიონი ლარის ფარგლებშია (კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს დაფინანსების საერთო მოცულობის დაახლოებით 8,5% (2013 წ.) და 6,8% (2015წ)), რაც სრულიად არასაკმარისია იმ ამოცანების გადასაწყვეტად, რაც კულტურული მემკვიდრეობის წინაშე დგას.

კიდევ უფრო სამწუხაროა ის ფაქტი, რომ 2013-2015 წლებში კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს დაფინანსების ოდენობის 17 236,7 ათასი ლარით ზრდის (77 663,3 ათასი ლარიდან 94 900,0 ათას ლარამდე) მიუხედავად კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ღონისძიებების დასაფინანსებლად გამოყოფილი ასიგნებები არათუ გაიზარდა, არამედ 6 565,0 ათასიდან 6 500,0-მდე შემცირდა. ამ შემთხვევაში, ალბათ, კომენტარები საჭირო არ არის. ეს საკითხი უახლოეს მომავალში საგნობრივად უნდა იქნეს შესწავლილი და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ღონისძიებების დასაფინანსებლად, პირველ ეტაპზე, კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის სააგენტოს მხოლოდ სახელმწიფო ბიუჯეტიდან მინიმუმ 3 ჯერ მეტი თანხა მაინც უნდა გამოეყოს. გარდა ამისა, მართვის დეცენტრალიზაციის კვალობაზე კულტურული მემკვიდრეობის (მატერიალური და არამატერიალური მემკვიდრეობის) დაცვა-პოპულარიზაციის პროცესების მართვის ეფექტიანობის ამაღლების მიზნით მუნიციპალიტეტებს უნდა გაეზარდოს უფლებამოსილებაც და სახელმწიფო ბიუჯეტიდან დაფინანსებაც. კერძოდ, მუნიციპალიტეტებს მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის აღრიცხვისა და მათი კულტურულ ტურიზმში ჩართვის მიზნით საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ეროვნული სააგენტოს და საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის ადგილობრივი სამსახურების საქმიანობის კოორდინაციის ფუნქციის განსახორციელებლად, დამტკიცებული პროგრამის (მას, პირობითად, შეიძლება „მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვისა და პოპულარიზაციის პროგრამა“ ეწოდოს) შესაბამისად, სახელმწიფო ბიუჯეტიდან მიზნობრივი ტრანსფერის სახით უნდა გამოეყოს თანხა, რომლის მოცულობა დამოკიდებული იქნება ზემოაღნიშნული პროგრამით გათვალისწინებული ღონისძიებების ოდენობასა და სირთულეზე;

- არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის სფეროში ერთ-ერთ სერიოზულ პრობლემას კვალიფიციური კადრების ნაკლებობა წარმოადგენს. სამწუხაროდ, ამჟამად, ჩვენი ქვეყნის უმაღლესი და პროფესიული განათლების სისტემა სრულიად ვერ პასუხობს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-პოპულარიზაციის ეფექტიანი მართვისადმი წაყენებულ მოთხოვნებს. ჩვენს უმაღლეს სასწავლებლებში, კერძოდ კი, თბილისის სახელმწიფო სამხატვრო აკადემიაში, ი. ჯავახიშვილის სახელობის თბილისის სახელმწიფო

უნივერსიტეტში, თბილისის შოთა რუსთაველის სახელობის თეატრისა და კინოს უნივერსიტეტში, GIPA – საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტში, ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტში და სხვანაირი საბაკალავრო, სამაგისტრო, სადოქტორო პროგრამების მეშვეობით ძირითადად მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პროფილის სპეციალისტებს ამზადებენ. თუმცა, ჩამოთვლილი უმაღლესი სასწავლებლების უმრავლესობას, აგრეთვე შესაბამის პროფესიულ სასწავლებლებს წარმატებით შეუძლიათ მოამზადონ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ცალკეული მიმართულებების (ენის, დიალექტის, ზეპირსიტყვიერების ნიმუშების, ყოფითი და რელიგიური ტრადიციების, ადათ-წესების, ხალხური მედიცინის, ხალხური სიმღერებისა და საგალობლების, ხალხური რეწვის და ა.შ.) სპეციალისტები.

ილიას სახელმწიფო უნივერსიტეტში შესაძლებელია ბაკალავრიატის კურსის გავლა კულტურის მენეჯმენტში, შემოთავაზებულია აგრეთვე უმაღლესი საგანმანათლებლო პროფესიული სწავლების კურსი – ძეგლთა დაცვა და რეაბილიტაცია (არქიტექტურული მემკვიდრეობა, ხატები, ქვის, ხის და ლითონის ნივთები) და მაგისტრატურის კურსი – ხელოვნების თეორიისა და პრაქტიკის კვლევა და კულტურის მენეჯმენტი.

თბილისის შოთა რუსთაველის სახელობის თეატრისა და კინოს უნივერსიტეტი გვთავაზობს ხელოვნების საბაკალავრო და სამაგისტრო პროგრამებს ხელოვნების ისტორიაში, მასობრივ კომუნიკაციაში, ხელოვნების მენეჯმენტში, კულტურულ ტურიზმში, თეატრის კვლევაში, კინოს კვლევაში და ტელემედიაში – თეორია და პრაქტიკა. იგი აგრეთვე გვთავაზობს სადოქტორო პროგრამებს მედიის კვლევაში, ხელოვნების ისტორიასა და ხელოვნების მენეჯმენტში.

GIPA – საქართველოს საზოგადოებრივ საქმეთა ინსტიტუტი გვთავაზობს სასერტიფიკატო პროგრამას კულტურის პოლიტიკაში, რომელიც შედგება შემდეგი ძირითადი თემებისაგან: ურბანული კულტურული მემკვიდრეობის მენეჯმენტი, სამუზეუმო მენეჯმენტი, კინოს მენეჯმენტი და არამატერიალური კულტურის მენეჯმენტი.

პროფესიული განათლება – ტრადიციული ხელოსნობის, რეწვის ავთენტურობა.

კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის სფეროში გადამწყვეტი მნიშვნელობა აქვს ტრადიციული ცოდნის, გამოცდილების შესწავლას, გამოყენებას და განვითარებას, რაც ხაზს უსვამს მატერიალური და არამატერიალური მემკვიდრეობის მთლიანობას. საგანმანათლებლო პოლიტიკაში აუცილებელია ინტეგრირებული სტრატეგიის ჩამოყალიბება, რომელიც ასახავს ამ მთლიანობას.

მსოფლიო გამოცდილება აჩვენებს, რომ მემკვიდრეობის დაცვის პოლიტიკაში განსაკუთრებული ყურადღება ექცევა ტრადიციული ცოდნის დაცვასა და გამოყენებას. მაგალითად,

ნორვეგიის პარლამენტის ინიციატივით პრაქტიკაში ხორციელდება საგრანტო პროგრამა, რომლის მეშვეობით მაღალი კვალიფიკაციის ხელოსანს შეუძლია 3 წელი მიუძღვნას ტრადიციული სამშენებლო ტექნიკისა და მასალების შესწავლას. იაპონიის კულტურული მემკვიდრეობის პოლიტიკა არამატერიალური მემკვიდრეობის რეგისტრაციის სისტემაში ითვალისწინებს სპეციფიკური ცოდნის მატარებელი ხელოსნებისა და ხელოსანთა გაერთიანებების რეგისტრაციას, რათა ხელი შეუწყოს მათ მოღვაწეობასა და მათი მეშვეობით მომავალი თაობებისთვის ცოდნის გადაცემას. არსებობს დოკუმენტი – „ტრადიციული რეწვა საქართველოში, სექტორის კომპლექსური კვლევა და სტრატეგია“, რომელიც განიხილავს იუნესკოს ინიციატივას „ადამიანი – ცოცხალი საგანძურია“, არამატერიალური მემკვიდრეობის მატარებელი ხელოსნების ეროვნული რეგისტრაციის სისტემების შესახებ და დასაბუთებულ რეკომენდაციას იძლევა ამ პრაქტიკის გამოყენებასთან დაკავშირებით საქართველოში. გარდა ამისა, მნიშვნელოვანია სხვადასხვა დარგის რესტავრატორებისა და ძეგლთა დაცვის სფეროში გამოყენებადი ხელოსნობის დარგების შემსწავლელი პროფესიული და/ან სასერტიფიკატო სისტემატური საწვრთნელი პროგრამების ამოქმედება.

-იმისათვის, რომ მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის სფეროში სასურველ შედეგებს მივაღწიოთ, ყველა ზემოაღნიშნული მიმართულებით საქმიანობის პარალელურად აუცილებელია დავძლიოთ მნიშვნელოვანი პრობლემა: კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ საზოგადოების გაუთვისებლობა. საკმაოდ არ არის, რომ ჩვენი საზოგადოების დიდ ნაწილს ზერელე წარმოადგენა აქვს ქვეყნისათვის მრავალფეროვანი კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-პოპულარიზაციის მნიშვნელობაზე (მათ შორის ეკონომიკურ, სოციალურ ასპექტებზე და ა.შ.), ამიტომ კულტურულ მემკვიდრეობასთან ნებისმიერი ფორმით დაკავშირებული ხელისუფლების უმაღლესი, რეგიონული თუ მუნიციპალური (ადგილობრივი) ორგანოების, უმაღლესი და პროფესიული სასწავლებლების თუ ზოგადსაგანმანათლებლო სკოლების, პოლიტიკური პარტიების, მასობრივი ინფორმაციის საშუალებების და ა.შ. ერთ-ერთ მნიშვნელოვან ფუნქციას უნდა წარმოადგენდეს კულტურული მემკვიდრეობის წინაშე არსებული საფრთხეებისა და მისი დაცვა-პოპულარიზაციის მნიშვნელობის შესახებ საზოგადოების ფართო წრეებისათვის, განსაკუთრებით მოზარდი თაობისათვის კარგად შეჯერებული ინფორმაციის მიწოდება. ამ მიმართულებით ჯანსაღი აგიტაცია-პროპაგანდის ფართოდ გაშლა მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს, რომ კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა და პოპულარიზაცია საზოგადოებისთვის სასიცოცხლო მოთხოვნილებად გადაიქცეს. სწორედ ამ გზით შეიძლება კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-პოპულარიზაციის პროცესში შესაბამის

სამთავრობო თუ არასამთავრობო ოგანიზაციებთან ერთად მოსახლეობის ფართო ჩართულობის მიღწევა და ამ საკითხებზე გადაწყვეტილების მიღებაში აქტიური მონაწილეობა. მითუმეტეს, რომ ამას გვახსენებდნენ 2005 წელს მიღებული კულტურული მემკვიდრეობის ფასეულობათა შესახებ ევროპის საბჭოს ჩარჩო კონვენცია, რომელიც ფაროს კონვენციითაა ცნობილი (რომელსაც საქართველო 2008 წელს მიუერთდა).

ფაროს კონვენციის მიხედვით „მემკვიდრეობით დაინტერესებული საზოგადოება შედგება ადამიანებისაგან, ვისთვისაც ფასეულია კულტურული მემკვიდრეობის სპეციფიკური ასპექტები, რომელიც მათ სურთ, სამოქალაქო აქტივობის ფარგლებში, შეინარჩუნონ და გადასცენ მომავალ თაობას“. აღსანიშნავია, რომ საქართველოში კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის მიზნით ცალკეული ჯგუფების გააქტიურების პროცესი და სამოქალაქო მოძრაობის ჩამოყალიბების ტენდენცია უკვე შეინიშნება, რაც მისასალმებელია. აქვე უნდა შევნიშნოთ, რომ საქართველო კულტურული მემკვიდრეობის სფეროში მიერთებულია ისეთ საერთაშორისო კონვენციებს, როგორცაა: ევროპის საბჭოს ჩარჩო კონვენცია საზოგადოებისათვის კულტურული მემკვიდრეობის ღირებულებების შესახებ, (2005); იუნესკოს კონვენცია „კულტურული თვითგამოხატვის მრავალფეროვნების დაცვისა და ხელშეწყობის შესახებ“, (2005); იუნესკოს კონვენცია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის შესახებ, (2003); იუნესკოს კონვენცია მსოფლიო მემკვიდრეობის კულტურული და ბუნებრივი მემკვიდრეობის შესახებ, (1972), რაც მას ავალდებულებს ქმედითად იღვაწოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვისა და პოპულარიზაციის პროცესის ეფექტიანად წარმართვისათვის.

- საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ადმინისტრირებისა და მართვის სისტემის გამართული მუშაობა ბევრად არის დამოკიდებული შესაბამისი საინფორმაციო ბაზის არსებობაზე. სამწუხაროდ, კულტურული მემკვიდრეობის საინფორმაციო ბაზა, მასზე ხელმისაწვდომობა არ შეესაბამება თანამედროვე სტანდარტებს. საქართველოს რეესტრში რეგისტრირებული ინფორმაცია მწირია, ხშირად არაზუსტი და არასაკმარისი დაინტერესებული პირებისა და მხარეებისთვის. ამჟამად მიმდინარეობს და დაგეგმილია რიგი პროექტებისა⁴³, რომელიც გააუმჯობესებს ინფორმაციაზე ხელმისაწვდომობას.

ნორვეგიის კულტურული მემკვიდრეობის დირექტორატსა და სააგენტოს შორის დადებული ხელშეკრულების ფარგლებში (2012-2016 წწ.) საინფორმაციო სისტემების მიმართულებით ხორციელდება 2 პროექტი: საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის მონაცემთა ბაზის მართვის სისტემის და გის (GIS) პორტალის შექმნა და განვითარება (2013-2016წწ.).

⁴³ ლ. თუმანიშვილი, სააგენტოს საინფორმაციო და საგანმანათლებლო სამსახურის უფროსი, 2014.

კულტურული მემკვიდრეობის ეროვნულ სააგენტოსა და საჯარო რეესტრის ეროვნულ სააგენტოს შორის იგეგმება მემორანდუმის გაფორმება, რომლის მიზანია თანამშრომლობა საქართველოს ეროვნული სივრცითი ინფორმაციული სისტემის განვითარების მიზნით და მონაცემთა გაცვლის მუდმივმოქმედი სისტემის ჩამოყალიბების მიმართულებით.

კულტურული მემკვიდრეობის სააგენტო მონაწილეობს ეროვნული სივრცითი მონაცემების ინფრასტრუქტურის (NSDI) შექმნაში.

მიმდინარეობს კულტურული მემკვიდრეობის არქივის დიגיტალიზაციის და მონაცემთა ბაზის შევსების პროექტი. არქივის მონაცემთა ბაზის საფუძველზე ფუნქციონირებს ვებ-პორტალი www.dataherita.ge. გის-ის (GIS) მიმართულებით ფუნქციონირებს საიტი www.dataherita.ge, რომელზეც განთავსებულია ზოგადი ინფორმაცია კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების შესახებ.

„მოქალაქეებსა და ტურისტებს შორის კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ ცოდნისა და ინფორმაციის გასავრცელებლად ინტერნეტ ტექნოლოგიებისა და კატალოგის გამოყენება სტრატეგიულად მნიშვნელოვანია და საქართველომ ეს უნდა გამოიყენოს როგორც შანსი, რათა საჯაროდ ხელმისაწვდომი გახადოს სხვადასხვა ობიექტის შესახებ ინფორმაცია, ისტორია, ღირებულებები, კონსერვაციასთან დაკავშირებით არსებული პრობლემები და საჭიროებები (რასაც შეიძლება მოყვეს crowdfunding-ი ინტერნეტით ფულის შემოწირვა სხვადასხვა ფიზიკური პირისა და სპონსორისაგან).“⁴⁴ უნდა მოხდეს კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტების სახელმწიფო აღრიცხვასა და სააღრიცხვო დოკუმენტაციის სრულყოფა, ამ მიზნით:

1. იქმნება კულტურული მემკვიდრეობის უძრავი და მოძრავი ობიექტების აღრიცხვისა და იდენტიფიკაციის მიზნით ძეგლების სახელმწიფო რეესტრი, კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტთა სია, სააღრიცხვო ბარათი და ძეგლის პასპორტი. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტების აღრიცხვისა და იდენტიფიკაციის მიზნით კი უნდა შეიქმნას არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტთა სია და სახელმწიფო რეესტრი; ასევე,

2. ძეგლების სახელმწიფო რეესტრსა და კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტთა სიას აწარმოებს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტრო;

3. სააღრიცხვო ბარათი არის ობიექტისათვის ძეგლის სტატუსის მინიჭების ან ობიექტის კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტთა სიაში შეტანის შესახებ კულტურისა და ძეგლთა დაცვის მინისტრის სამართლებრივი აქტის დანართი, ძეგლის ან კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტთა

⁴⁴ საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ეროვნული პოლიტიკა, <http://rcchd.icomos.org.ge/?l=G&m=7>

სიაში შეტანილი ობიექტის იდენტიფიკაციისათვის აუცილებელი ზოგადი ინფორმაციის შემცველი დოკუმენტი.

4. კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტის ძეგლების სახელმწიფო რეესტრში შეტანის შემდეგ კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტრო უფლებამოსილია შეადგინოს ძეგლის პასპორტი. ძეგლის პასპორტი არის მინისტრის სამართლებრივი აქტით დამტკიცებული დოკუმენტი, რომელიც შეიცავს ძეგლთან დაკავშირებულ სამეცნიერო-კვლევით ინფორმაციას.

5. ახალი ცნობების მოკვლევის ან გარემოებათა ცვლილების შემთხვევაში სააღრიცხვო დოკუმენტაცია განახლდება.

6. სააღრიცხვო დოკუმენტაციის ფორმები და მათი შევსების წესი განისაზღვრება მინისტრის ნორმატიული აქტით⁴⁵.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტის/ძეგლის სააღრიცხვო ბარათი წარმოადგენს ობიექტისათვის ძეგლის სტატუსის მინიჭების, ან არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტთა სიაში/რეესტრში შეტანის შესახებ კულტურისა და ძეგლთა დაცვის მინისტრის სამართლებრივი აქტის დანართს, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების/ობიექტთა სიაში/რეესტრში შეტანილი ობიექტის იდენტიფიკაციისათვის აუცილებელ ზოგადი ინფორმაციის შემცველ დოკუმენტს.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტის/ძეგლის სააღრიცხვო ბარათი დაყოფილია პუნქტებად. სააღრიცხვო ბარათი მოიცავს მისი შევსების მომენტისათვის არსებულ, ობიექტის/ძეგლის იდენტიფიცირებისათვის საჭირო პირველად მონაცემებს და დამატებით განახლებად მონაცემებს.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტის/ძეგლის იდენტიფიცირებისათვის საჭირო პირველადი მონაცემებია⁴⁶:

1. ბარათის საიდენტიფიკაციო კოდი #(ასეთის არსებობის შემთხვევაში, კოდირების ერთიანი ეროვნული სისტემის შემუშავებამდე);
2. მითითება ობიექტის/ძეგლის ამსახველ ფოტო/ვიდეო/აუდიო ფაილზე;
3. ძეგლის/ობიექტის სახელწოდება;
4. გავრცელების არეალი, სადაც უნდა მიეთითოს;

⁴⁵ საქართველოს კანონი კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ, მუხლი 16.

⁴⁶ საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის მინისტრის ბრძანება №3/28, 2012 წლის 24 იანვარი, ქ. თბილისი.

ა) ამჟამინდელი გავრცელების არეალი, რომელიც იდენტურია მოცემული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მატარებელი საზოგადოების დაახლოებით მისამართის – ადმინისტრაციული ერთეულის (ავტონომიური რესპუბლიკა, რეგიონი, ქალაქი, დაბა, სოფელი) სახელწოდება, ქალაქის რაიონის, უბნის ან თემის სახელწოდება;

ბ) ისტორიული გავრცელების არეალი. ამ პუნქტში უნდა მიეთითოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტის/ძეგლის გავრცელების გეოგრაფიული/ისტორიული არეალი, ისტორიული მხარე, გეოგრაფიული ერთეულის სახელწოდება, ისტორიული დასახლების სახელწოდება;

გ) წარმოშობის ადგილი. აქ უნდა მიეთითოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტის/ძეგლის წარმოშობის ადგილი, თუ კი ასეთი არის ცნობილი;

5. სახეობა(მაგალითად: ზეპირი ტრადიციები და გამოხატვის ფორმები, სამემსრულელო ხელოვნება და სხვ.)

6. წარმოშობის ეპოქა (პერიოდი, საუკუნე, ზუსტი თარიღი)

7. სტატუსი და კატეგორია და სხვ. (იხ. დანართი 2).

კულტურული მემკვიდრეობის საინფორმაციო ბაზის მოწესრიგება დიდად შეუწყობს ხელს კულტურული მემკვიდრეობის მართვის ეფექტიანობის ამაღლებას, რაც ჩვენი ქვეყნისათვის გადაუდებლად გადასაწყვეტ ამოცანას წარმოადგენს. გარდა ამისა, კულტურული მემკვიდრეობის მართვის სფეროში უმნიშვნელოვანესი ამოცანებია: არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პოლიტიკის ამოქმედება ყველა დონეზე; გაქრობის პირას მყოფი კულტურული მემკვიდრეობის რესურსების მოძიება და მათი დაცვა-პოპულარიზაცია; მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობიდან მიღებული სარგებლის ისევ თემებში გამოყენების ეფექტიანი მექანიზმის შემუშავება და ა.შ.

3.2. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გამოყენების მართვის სრულყოფის გზები ტურიზმში

ცნობილია, რომ კულტურული ტურიზმი და კულტურული მემკვიდრეობა ერთმანეთთან მჭიდროდ დაკავშირებული სფეროებია. სამწუხაროა, მაგრამ ფაქტია, რომ დღემდე საქართველოში კულტურული ტურიზმი უპირატესად მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობითაა დაინტერესებული, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის (რომელიც მოიცავს ფოლკლორს, ხალხურ რეწვას, ტრადიციებს, რიტუალებს, ფესტივალებს, უძველესი

ტექნოლოგიებს, რელიგიურ რიტუალებს, დღესასწაულებს და ა.შ.) ნიმუშების ტურისტულ პროდუქტში ჩართვა კი შედარებით გამწვანებულია. საქართველო მდიდარია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობით, რომელიც შეიძლება შიდა და კულტურული ტურიზმის განვითარების და ინოვაციური ეროვნული ტურისტული პროდუქტის შექმნის საფუძველი გახდეს. მიუხედავად იმისა, რომ ბოლო დროს საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მიმართ საზოგადოებისა და ტურისტული ორგანიზაციების მხრიდან დაინტერესება შეინიშნება, მოცემული თემა მოითხოვს მის უფრო დეტალურ შესწავლასა და უფრო ინტენსიურ გამოყენებას საქართველოს ტურისტულ ინდუსტრიაში. ამავე დროს, ეს თემა სიფრთხილით უნდა იყოს გამოყენებული, რადგან ტურიზმს ასევე შეუძლია ჰქონდეს ნეგატიური ეფექტიც: საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმში გამოყენების არაპროფესიონალურმა მიდგომამ შეიძლება გამოიწვიოს მისი გადამეტებული კომერციალიზაცია. თავის მხრივ, ტურიზმმა პირიქით, ხელი უნდა შეუწყოს საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვას, შენარჩუნებასა და პოპულარიზაციას. ამიტომ, აუცილებელია საჯარო და კერძო სექტორი, დესტინაციის მართვის ორგანიზაციები, არასამთავრობო ორგანიზაციები, მასპინძელი თემები, განათლების სფერო და მემკვიდრეობის მართვის სექტორი ზედმიწევნით იცავდეს იმ ზოგად რეკომენდაციებს, რომლებიც ხელს უწყობს დაინტერესებული მხარეების ტურიზმში ჩაბმას და მის განვითარებას. ამ რეკომენდაციებს აქვთ საყოველთაო მნიშვნელობა. ის ეფუძნება მრავალ კვლევას, რომელიც სთავაზობს ყველა დაინტერესებულ მხარეს მიაღწიოს სასურველ შედეგს. კერძოდ, ესენია:

- პარტნიორებმა შეძლებისდაგვარად უნდა შექმნან ფართო ურთიერთთანამშრომლობის სპექტრი, რათა უზრუნველყონ მომხმარებლის ინტერესების გათვალისწინება და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შენარჩუნება;
- გიდი უნდა იყოს ლიცენზირებული, გადამზადებული და კვალიფიკაცია ამაღლებული.
- არ უნდა მოხდეს საკრარული და კულტურულად მნიშვნელოვანი არტეფაქტების გაყიდვა;
- მოხდეს ინტელექტუალური საკუთრების უფლებების დაცვა და ასევე სუვენირებისა და პროდუქტების (როგორცაა ტრადიციული მუსიკა, საკვები, რეცეპტები, და აშ) გამოყენება;
- დაინერგოს საგადასახადო შეღავათები ბიზნესში ჩართული სოციალურად პასუხისმგებელი პირებისათვის, განსაკუთრებით კი მათი მუშაობის პირველ წლებში;
- ძირითადი ყურადღება უნდა მიექცეს მემკვიდრეობით ღირებულებებს;

- საგნობრივად შესწავლილ და გაზიარებულ უნდა იქნეს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კულტურულ ტურიზმში ჩართვის საერთაშორისო პრაქტიკა, თანამედროვე საინფორმაციო ტექნოლოგიები და კომუნიკაციური საშუალებების გამოყენება;
- შემუშავებულ იქნას სტრატეგია, შეიქმნას ახალი პროდუქტები, გაუმჯობესდეს არსებული პროდუქცია და უფრო დიდი ყურადღება დაეთმოს მარკეტინგულ პროდუქტებს;
- უნდა მოხდეს ადგილობრივი კულტურის განვითარების ხელშეწყობა, რომელიც საჭირო ინფორმაციის მიღებას უზრუნველყოფს;
- მოხდეს წარმოებული პროდუქციის გაყიდვის (მაგ: მუზეუმებში, აეროპორტებში, სასტუმროებში, მაღაზიებში და ა.შ.) მხარდაჭერა.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კულტურულ ტურიზმში ჩართვაში უმნიშვნელოვანესი როლის შესრულება შეუძლია **საჯარო სექტორის ტურიზმის ორგანიზაციებს**, განსაკუთრებით კი საქართველოს სსიპ – საქართველოს ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციას. მისი **ტურიზმის რეგიონული მართვის სამსახური** (რომელიც ქმნის კერძო და სამოქალაქო სექტორის თანამშრომლობის ქსელს და ახორციელებს მის კოორდინაციას. მუდმივად აწვდის ინფორმაციას ადმინისტრაციას რეგიონული პრიორიტეტებისა და სტრატეგიის შემუშავების მიზნით. ზრუნავს რეგიონალურ და ადგილობრივ დონეზე ახალი ტურისტული პროდუქტების შექმნისა და განვითარებისათვის), **შიდა ტურიზმის სტიმულირების სამმართველო** (რომელიც გეგმავს და ახორციელებს სხვადასხვა პროექტებს შიდა ტურიზმის სტიმულირების ხელშეწყობის მიზნით, მათ შორის ქვეყნის მასშტაბით არსებული ახალი ტურისტული ადგილებისა და პროდუქტების განვითარების ხელშეწყობის მიზნით, გეგმავს და ახორციელებს ტურისტულად მიმზიდველ ადგილებში სხვადასხვა სახის ღონისძიებებს შიდა ტურისტული ნაკადის ზრდის მიზნით, ახორციელებს გაცნობით ტურებს ქვეყნის ტერიტორიაზე არსებული ტურისტული ადგილების პოპულარიზაციის მიზნით ქართველი ჟურნალისტების, ბლოგერებისა და ტურ-ოპერატორებისათვის), **საერთაშორისო ტურიზმის სტიმულირების სამმართველო** (სწავლობს და ასტიმულირებს საერთაშორისო ტურიზმის განვითარების სხვადასხვა ასპექტს), **ტურისტული პროდუქტისა და მცირე ინფრასტრუქტურის განვითარების სამმართველო** (ახორციელებს ქვეყნის ტურისტული რესურსისა და პოტენციალის კვლევას, ხელს უწყობს ქვეყნის მასშტაბით ახალი ტურისტული პროდუქტებისა და მიმართულებების განვითარებას, მონაწილეობს ახალი ტურისტული ინფრასტრუქტურის პროექტების შემუშავებასა და განხორციელებაში, გეგმავს და ახორციელებს სხვადასხვა ღონისძიებებს ტურისტულად მიმზიდველ ადგილებში ტურიზმის განვითარების მიზნით), **საქართველოს ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციასთან შეთანხმებით**

შეიმუშავებს რეგიონალურ და მუნიციპალურ (ადგილობრივ) დონეზე ტურიზმის განვითარების სამოქმედო გეგმებს.

იმისათვის, რომ საჯარო სექტორის ტურიზმის ორგანიზაციები იყვნენ წარმატებული აუცილებელია მათ ჰქონდეთ ახალი პროგრამები, რომლებიც უზრუნველყოფენ:

- ტურისტული კომპანიების, სასტუმრო ქსელების, კომერციული ოპერატორების წახალისებას, რომ მათ თავიანთ სოციალურ პროგრამებში ჩართონ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა;

- ინდუსტრიულ ასოციაციებსა და კომერციულ ოპერატორებთან ერთობლივი მუშაობით ისეთი პირობების (ინფრასტრუქტურა) შექმნა, რომელიც გააუმჯობესებს მიწოდების ჯაჭვს და კაპიტალს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პროდუქტებსა და მომსახურებასთან დაკავშირებით (მაგალითად, როგორცაა მცირე მეწარმეთა მიერ წარმოებული კვების პროდუქტები, ხალხური რეწვის ნიმუშები, სხვადასხვა სახის წარმოდგენები და ა.შ.);

- საქმიანობის კოორდინაციასთან და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურისტული პროდუქტების მარკეტინგთან დაკავშირებით კონსულტაციების გაწევა, როგორცაა ქსელები და მარშრუტები, განსაკუთრებით მაშინ, როდესაც ეს ვერ ხერხდება ადგილობრივ დონეზე;

- იმ პოლიტიკის განვითარება, რომელიც წარმოქმნის კულტურული გაცვლის შესაძლებლობებს. ეს არ უნდა აკნინებდეს კულტურას და უნდა ჰქონდეს შესაძლებლობა ჩართოს სხვადასხვა მოტივაციის სხვადასხვა ტურისტები;

- ტუროპერატორების წახალისება, რათა მათ გამოიყენონ ადგილობრივი ლიცენზირებული გიდები, რომლებსაც გააჩნიათ თანამედროვე ცოდნა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სფეროში;

- სათემო ინიციატივების დაფინანსება;

- ფონდის ჩამოყალიბება, რომელიც ხელს შეუწყობს ინფორმაციის შეგროვებასა და გავრცელებას, პრაქტიკული და პოლიტიკური ინსტრუმენტების გაუმჯობესებას და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მდგრადობას;

- უნივერსიტეტებთან თანამშრომლობა სამეცნიერო-კვლევითი ცენტრების შექმნაში არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობაზე ტურიზმის ზემოქმედების მონიტორინგისთვის.

- ბიზნეს-პარტნიორების წახალისება მონიტორინგის შედეგად გამოვლენილი დადებითი გავლენის გასაზრდელად და უარყოფითი ზემოქმედების შესამცირებლად.

კერძო სექტორის ტურიზმით დაინტერესებული მხარეები განსხვავდებიან, როგორც მასშტაბით, ასევე შესაბამისი ტურიზმისა და სტუმართმოყვარეობის საქმიანობის ბუნებით. ქვემოთ დაჯგუფებულია ტურიზმის ინდუსტრიის ძირითადი სფეროები, როგორცაა ტუროპერატორები, გიდები, სატრანსპორტო კომპანიები, განთავსებისა და კვების სექტორი. ამ საქმიანობაში ყველა დაინტერესებულ მხარეს შეუძლია მონაწილეობის მიღება. კერძოდ, საჭიროა:

- სოციალურ პროგრამებში აისახოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ღონისძიებანი;
- მისაღები ინიციატივები და ინფრასტრუქტურა იძლეოდეს სამართლიანი ვაჭრობის საშუალებას, აუმჯობესებდეს მიწოდების ჯაჭვს და ასევე ხელს უწყობდეს მცირე მეწარმეების მიერ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პროდუქტების წარმოებასა და მომსახურების ზრდას;
- დაიდოს ხელშეკრულება ადგილობრივ გიდებთან, რომლებიც ფლობენ ცოდნას არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ ან აქვთ შესაბამისი ლიცენზია;
- წახალისებულ იქნან თანამშრომლები და მოხდეს რაც შეიძლება მეტი ადგილობრივი გიდის მომზადება, კულტურათაშორისი ურთიერთობების დამყარება და კონფლიქტების მოგვარება.
- ტურისტებს გააცნონ სტრატეგიებისა და პროგრამების პოტენციალის განვითარება, განსაკუთრებით მათი, რომლებიც გამიზნულია სოციალურად დაუცველი ჯგუფების შესაძლებლობების გასაფართოებლად;

ძალისხმევის გასაძლიერებლად, მიზანშეწონილია, რომ **ტუროპერატორებმა**:

- შეიმუშაონ სტრატეგიები, რათა ხელი შეუწყონ პარტნიორულ ურთიერთობებს და ტურისტული საქმიანობის სხვა სუბიექტებთან ერთად შექმნან არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პროდუქტები;
- უზრუნველყონ არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობაზე დაფუძნებული გრძელვადიანი ტურისტული პროექტები, რომლებიც შექმნილია მარკეტინგული და მმართველობითი მიდგომებით;
- უზრუნველყონ, რომ გრძელვადიან პერსპექტივაში ბიზნეს საქმიანობამ ზიანი არ მიაყენოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტებს. მაგალითად, დამყარდეს სხვა ტუროპერატორებთან კოორდინაცია, რათა არ მოხდეს პატარა სოფლებისა და კულტურული სივრცეების გადატვირთვა.

დაინტერესებული მხარეები ფოკუსირებულ უნდა იქნენ, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ადგილობრივ ასპექტებზე. მათ უნდა:

- დაასაქმონ ადგილობრივი ოსტატები განთავსების ობიექტების გასაფორმებლად, დაიქირაონ ადგილობრივი შემსრულებლები წარმოდგენების დასადგამად და საცალო ვაჭრები, რომლებიც გაყიდვიან ადგილობრივი ან რეგიონალური წარმოების რეწვის პროდუქტებს მათი დაწესებულებების სავაჭრო ტერიტორიების ფარგლებში;
- გააქტიურონ მუშაობა თემებთან ტურისტული პროდუქტების განვითარებისთვის, რომლებიც განკუთვნილია დაინტერესებული პირების განთავსების ბიზნესის სარგებლისთვის და მასპინძელი თემების ეკონომიკური გაძლიერებისთვის.

სათანადოდ ლიცენზირებული და დატრენინგებული **გიდები** და გიდის ასოციაციები მჭიდროდ უნდა თანამშრომლობდნენ ადგილობრივ საზოგადოებებთან და სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან, რათა:

- უზრუნველყონ, გიდების ლიცენზიის ქონა და შესაბამისი მომზადება, რათა მათ შემლონ ტურისტებისათვის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სრულად წარმოდგენა;
- დარწმუნდნენ, რომ ტურისტები არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დადებით და ინსპირირებულ შთაბეჭდილებას მიიღებენ;
- ტურიზმის შედეგად ადგილობრივმა თემებმა სარგებელი მიიღონ.

სატრანსპორტო კომპანიებსა და ასოციაციებს შეუძლიათ:

- მუშაობა ტუროპერატორებთან(რომლებსაც აქვთ სოციალური პასუხისმგებლობა ან თემზე დაფუძნებული ტურისტული საქმიანობის ჩანაწერები) და დაქირავებულ ლიცენზირებულ გიდებთან;
- არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პროდუქტისა და ტურიზმის დაინტერესებული მხარეების ხელშეწყობა, რომლებიც ახორციელებენ პროექტებს ისეთ პუბლიკაციებში, როგორცაა სარეკლამო ჟურნალები ფრენისას და სხვ.

კვების პროდუქტების (საკვები, სასმელი) მწარმოებელმა ან ამ პროდუქტებით მოვაჭრე კორპორაციებმა, ასოციაციებმა და ინდივიდუალურმა ბიზნესმა უნდა:

- წახალისოს ტურისტები გასინჯონ ადგილობრივი კერძები, რომლის მომზადება არ არის საზიანო გარემოსთვის და რომელიც მზადდება ტრადიციული გზით;
- უზრუნველყოს ტურისტები არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ ინფორმაციით, რომელიც უკავშირდება ადგილობრივ საკვებსა და სასმელს;

- დაამყაროს ურთიერთობები სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან, რათა ისინი იმ საქმიანობით დაკავდნენ, რომელიც წარმოაჩენს გარკვეული რეგიონის სპეციფიკურ საკვებსა და სასმელს.

- სასტუმროებში(განსაკუთრებით დიდ სასტუმროებში ბათუმში, ქუთაისსა და თბილისში) ტურისტებისთვის შეთავაზებულ უნდა იქნეს ადგილობრივი წარმოების პროდუქტები. განსაკუთრებით საინტერესო იქნება მენიუში ისეთი პროდუქტების შეტანა, რომლებსაც მინიჭებული აქვთ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლის სტატუსი. მაგალითად დამბალხაჭო, თაშმჯაბი, კუბდარი, ჩურჩხელა და ა.შ. აუცილებლად იქვე უნდა მიეთითოს, რომ ეს არის ეკოლოგიურად სუფთა პროდუქტი, ასევე ამ საკვების შემადგენლობა, დათვლილ იქნას კალორიები. აუცილებელია დაცულ იქნას ტურისტული პროდუქტისთვის დამახასიათებელი სამომხმარებლო თვისებები, როგორცაა მაგალითად სანდოობა. რადგან არ შეიძლება ვიზიტორის მოუტყუება, ვინაიდან როგორც კი ნდობა გაქრება, მთელი კუთხის სამზარეულოს იმიჯი დაზარალდება. ამიტომაც ტურისტულმა სააგენტოებმა უნდა დაგეგმონ ინფოტურები, დაუკავშირდნენ ადგილობრივ მომსახურების მიმწოდებლებს(ადგილობრივ მოსახლეობას, ტრადიციების პრაქტიკოსებს) და მათთან შეთანხმებით იმოქმედონ.

როგორც ზემოთ აღვნიშნეთ „სამკურნალო და მინერალურ წყლებს ზემო სვანეთში: მუგვირი, არცხელი, კახრლდ, ლეგაბ, სეტის მყავე წყალი, კვედილაში, შგედი – სამკურნალო თვისებები და მოხმარების წესს“ მიენიჭა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლის სტატუსი. ტურისტული თვალსაზრისით და ამ სამკურნალო წყლების ცნობადობის გაზრდის მიზნით ადგილობრივმა თვითმმართველობებმა ხელი უნდა შეუწყონ ამ წყლების პოპულარიზაციას, კერძოდ, დაიბეჭდოს ბუკლეტები უცხოურ ენებზე მათი სამკურნალო თვისებებისა და მოხმარების წესის შესახებ და დაიდოს უშუალოდ ამ წყლებთან და ასევე სასტუმროებსა (დიდ სასტუმროებს აქვთ სპეციალური სტენდი რეკლამებისთვის, სპეციალური ბუკლეტებისთვის) და ტურისტულ საინფორმაციო ცენტრებში. ადგილობრივმა თვითმმართველობებმა ორგანიზება უნდა გაუკეთონ მათ მუნიციპალიტეტში არსებულ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტების შესახებ საცნობარო-საინფორმაციო ილუსტრირებული ბროშურების და გზამკვლევების გამოშვებას როგორც ქართულ, ასევე უცხო ენებზე.

არასამთავრობო დაინტერესებული მხარეები

არასამთავრობო ორგანიზაციებით დაინტერესებული მხარეები ეყრდნობიან პროექტზე დაფუძნებულ ორგანიზაციებს, რომლებიც ფლობენ ამ სექტორში ცოდნას და უზრუნველყოფენ რესურსებისა და სასიცოცხლო საკომუნიკაციო არხების განვითარებას. მიზანშეწონილია, რომ:

- მჭიდროდ ითანამშრომლონ საგანმანათლებლო დაწესებულებებთან რეალური და ვირტუალური ქსელების მეშვეობით;

- ხელი შეუწყონ სტრატეგიულ კავშირებს კოოპერატივებთან, ბიზნესთან, ხელისუფლებასა და ქსელებთან;

- მხარი დაუჭირონ ტრენინგებს, კვალიფიკაციის ამაღლების და ცოდნის გადაცემის პროექტებს;

- უზრუნველყონ ზუსტი პროექტის დაგეგმვა მონაცემების ბაზრის კვლევის გამოყენებით, პოსტ-სუბსიდიების სქემები და წარმატებული და მდგრადი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურისტული პროდუქტების კარგი პრაქტიკის მაგალითები;

- ხელი შეუწყონ და გაუწიონ კონსულტაციები თემებს დაფინანსების სქემებით, რომელთაც სურთ მონაწილეობა მიიღონ ტურიზმის განვითარებაში;

- მხარი დაუჭირონ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტების გაფართოებისა და დაცვისთვის საინფორმაციო ტექნოლოგიების ხელმისაწვდომობას.

დანიშნულების ადგილის მართვის ორგანიზაციებს (DMOs) აქვს სასიცოცხლო როლი პარტნიორობის ხელშეწყობაში, რათა უზრუნველყონ რესურსების და დაფინანსების მრავალფეროვანი სპექტრის ხელმისაწვდომობა ღონისძიების და პროექტის მენეჯერებისთვის. მათ ხშირად უფრო მარტივად შეუძლიათ ჩაერთონ პროექტებში ბანკებთან, ფონდებსა და ტურიზმის ინდუსტრიის პარტნიორებთან, ვიდრე სხვა ორგანიზაციებს, განსაკუთრებით ადგილობრივ დონეზე.

კერძო სექტორში ასევე შეიძლება გამოყენებული იქნას მათი ურთიერთობები, რათა დაამყარონ კავშირები პროდუქტებს შორის, რომლებიც აუმჯობესებს მათ მდგრად კონკურენტულ უპირატესობას. DMO-ს შეუძლია ნახოს "დიდი სურათი", რომელიც ეხება თითოეული ქვეყნის ეროვნულ მარკეტინგს და ამით დაადგინოს, თუ როგორ შეიძლება დანიშნულების ადგილის ბაზარზე კონკრეტული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის(როგორც პირველადი ან მეორადი ატრაქციის) გამოყენება. DMO-მ უნდა:

- წინ წაწიოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პროდუქტები ადგილობრივ, ეროვნულ, რეგიონულ და გლობალურ დონეზე;

- ითანამშრომლოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მწარმოებლებთან/ ბრენდის მომწოდებლებთან (მაგ. ხელნაკეთი არტეფაქტების ხარისხის და რეწვის ხელშეწყობა ან გასტრონომიის და ტრადიციული ცეკვების პრეზენტაცია საერთაშორისო ტურისტულ ბაზრობებზე);

- ხელი შეუწყოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პროდუქტების ოფიციალური საშუალებებით და ლიცენზირებული საცალო, როგორცაა მუზეუმები, აეროპორტები და სასტუმროს მაღაზიებით გასაღებას;

- ხელი შეუწყოს ორგანიზაციებს სოციალურ პროგრამებით სოციალურად პასუხისმგებელი ტურიზმის, ადგილობრივი გიდის მომზადების და დასაქმების, სამართლიანი ვაჭრობის, გენდერული თანასწორობის და კულტურისა და სულიერების პატივისცემის წახალისებისთვის;

- ითანამშრომლოს მარკეტინგულ პლატფორმაზე სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან არსებული ტურიზმის დესტინაციის გარეთ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურისტული პროდუქტებისთვის.

ადგილობრივი მოსახლეობა, როგორც აღვნიშნეთ, არ უნდა იყოს ტურისტების პასიური მიმღები, არამედ მან აქტიური მონაწილეობა უნდა მიიღოს ტურიზმის განვითარებაში. საზოგადოებრივმა ორგანიზაციებმა უნდა:

- შეუწყონ ხელი ისეთი პროგრამების ამოქმედებას, რომლებიც აამაღლებს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტებისადმი ცნობიერებას და სამეწარმეო უნარის განვითარებას. ისინი ადაპტირებულ უნდა იქნენ ადგილობრივ სოციალურ-კულტურულ პირობებთან;

- შექმნან სპეციფიკური პროგრამები საკრალური და კულტურულად მნიშვნელოვანი მასალების გაყიდვის მონიტორინგისთვის;

- დაუჭირონ მხარი საზოგადოების საინფორმაციო ტექნოლოგიების ხელმისაწვდომობას (სადაც შესაძლებელია), არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტების გაცნობის, დოკუმენტირებისა და დაცვის მიზნით;

- მიიღონ მონაწილეობა ტურიზმიდან მიღებული მოგების რეინვესტირების პრიორიტეტების განსაზღვრაში, რათა ადგილზე გააუმჯობესდეს სოციალურ-ეკონომიკური პირობები (ჯანმრთელობის დაცვა, განათლება, გაფართოვდეს დასაქმების შესაძლებლობები);

- ხელი შეუწყოს კულტურული სივრცეების შექმნას, რომლის გამოყენება შესაძლებელი იქნება როგორც კრების ადგილად ისე სცენად(თემების არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის წარმოსადგენად);

- გადაწყვიტონ, თუ რა ფორმით შეუძლიათ ტურისტებს მონაწილეობა მიიღონ იმ სადღესასწაულო და რელიგიურ ღონისძიებებში, რომლებიც ასახავენ ადგილობრივ კულტურულ ცხოვრებას.

საგანმანათლებლო დაწესებულებები, რომლებიც სთავაზობენ ტურიზმისა და მემკვიდრეობის მართვის პროგრამებს, ხელს უწყობენ აკადემიურ პერსონალს შეასრულონ საზოგადოებაზე ორიენტირებული როლი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის უზრუნველსაყოფად.

საგანმანათლებლო დაწესებულებებმა უნდა:

- შექმნან კურსები სტუდენტებისთვის, ასევე მემკვიდრეობის, ტურიზმისა და მარკეტინგის პროფესიონალებისთვის, რომლებიც გადამზადების შემდეგ ხელს შეუწყობენ ტურიზმში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ჩართვას;

- შეუწყონ ხელი სოციალურად პასუხისმგებელი მარკეტინგის პროგრამების შექმნას, სამართლიან ვაჭრობას;

- აამაღლონ სტუდენტებსა და თემებში ცნობიერება წმინდა და კულტურულად მნიშვნელოვანი არტეფაქტების შეძენისა და გასხვისების თავიდან ასაცილებლად;

- შეიმუშაონ პროგრამები გიდების ტრენინგისთვის სხვა დაინტერესებულ მხარეებთან თანამშრომლობით;

- შექმნან კვლევითი ცენტრები და პროგრამები ტურიზმის ზემოქმედების მონიტორინგისთვის და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურისტული პროდუქტების შესახებ ინფორმაციის შესაგროვებლად და ანალიზისთვის;

- დაუჭირონ მხარი სამეცნიერო-კვლევით და სასწავლო პროგრამებს და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტების დასაცავად საინფორმაციო ტექნოლოგიების დაფინანსებას;

- გაუწიონ კონსულტაციები თემებს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტების დოკუმენტირებაში, რომლებიც ან ქრება ან ცოცხლდება;

- უზრუნველყონ კონფერენციების, სემინარების ჩატარება, რათა შემუშავდეს ღონისძიებები არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის პროცესის გასაუმჯობესებლად (საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს ინიციატივით ჩატარებულია თრეინინგები კულტურის სფეროს თანამშრომლებისათვის შემდეგ რეგიონებში: ჭიათურა, მესტია, რუსთავი, დუშეთი, დმანისი, გორი, ბორჯომი, სამეგრელოს მუნიციპალიტეტები, თელავი, ალვანი, სიღნაღი, ქუთაისი, ბათუმი, ახალციხე).

უკანასკნელ პერიოდში ტურისტულ ბიზნესში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გამოყენების მართვის გაუმჯობესების მიზნით მრავალ ქვეყანაში (მაგალითად, ავსტრია, შვეიცარია, ბელორუსი) ჩატარდა სპეციალური კვლევები და შემუშავებულ იქნა არაერთი საინტერესო რეკომენდაცია, რომლებიც საქართველოშიც წარმატებით შეიძლება იქნეს გამოყენებული.

3.3. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმში გამოყენების სრულყოფის ღონისძიებები მართვის დონეების მიხედვით

სადისერტაციო ნაშრომის მესამე თავის პირველ და მეორე ქვეთავებში ჩვენ, შესაბამისი ანალიზის საფუძველზე, შევეცადეთ გადმოგვეცა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმში გამოყენების გაუმჯობესების მიზნით საკუთრივ კულტურული მემკვიდრეობისა და კულტურული ტურიზმის მიმართულებებით განსახორციელებელი ღონისძიებები. მესამე ქვეთავში კი წარმოვადგენთ ჩვენეულ ხედვას ამავე მიზნით მართვის დონეების (უმადლეს, საშუალო და მუნიციპალურ) მიხედვით განსახორციელებელი ღონისძიებების შესახებ.

მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვაში ცენტრალური, რეგიონული და ადგილობრივი ორგანოების მონაწილეობის აუცილებლობაზე ყურადღება გამახვილებულია საქართველოს კულტურის სტრატეგიაში- „კულტურის სტრატეგია 2025“ (Georgian Cultural Strategy “Culture 2025”), რომელშიც აღნიშნულია, რომ „მნიშვნელოვანია, კულტურის სტრატეგია და კულტურის სტრატეგიის სამოქმედო გეგმა მოიცავდეს საკითხებს, როგორც ადგილობრივ, ასევე რეგიონულ და ცენტრალურ დონეზე“.

„საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ეროვნულ პოლიტიკაში“ ხაზგასმითაა აღნიშნული, რომ სახელმწიფო ხელს უნდა უწყობდეს თემის, საზოგადოების გაძლიერებას კულტურული მემკვიდრეობის – ორგანული გარემოს – შენარჩუნებისა და განვითარების გზით, რადგან კულტურული მემკვიდრეობის დაცვისა და მისი შესაძლებლობების გამოყენების გარეშე ვერ მოხდება ქვეყნის სწორი ანუ სიცოცხლისუნარიანი, მდგრადი სოციალური და ეკონომიკური განვითარება. კულტურული მემკვიდრეობის ეროვნული პოლიტიკა უნდა ითვალისწინებდეს კულტურულ მემკვიდრეობაზე ზრუნვის გადანაწილებას ქვეყნის მართვის ყველა დონეზე:

ცენტრალურ, რეგიონულ და ადგილობრივ ხელისუფლებაზე და, რაც მთავარია, საზოგადოებრივ სექტორსა და ფართო საზოგადოებაზე.⁴⁷

ასეთივე მიდგომაა საჭირო მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კულტურულ ტურიზმში ჩართვის პროცესის ეფექტიანი მართვის უზრუნველსაყოფად. როგორც ცენტრალურ ანუ უმაღლეს (საქართველოს პარლამენტის, საქართველოს მთავრობის, მ.შ. ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროს, კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს და მათდამი დაქვემდებარებული ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და ძეგლთა დაცვის ეროვნული სააგენტოს, აგრეთვე საქართველოს იუსტიციის სამინისტროსა და საქართველოს რეგიონული განვითარებისა და ინფრასტრუქტურის სამინისტროს), ისე რეგიონულ (აჭარისა და აფხაზეთის ა/რ მთავრობებისა და ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და ძეგლთა დაცვის ეროვნული სააგენტოს რეგიონული სამსახურების) და მუნიციპალურ (შესაბამისი მუნიციპალური სამსახურების, ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და ძეგლთა დაცვის ეროვნული სააგენტოს რეგიონული სამსახურების) დონეებზე აუცილებელია აღნიშნული სამინისტროებისა და სამსახურების საქმიანობის სრული კოორდინაცია. მაკოორდინირებელი როლი კი მართვის დონეების მიხედვით უნდა დაეკისროს საქართველოს მთავრობას, აჭარისა და აფხაზეთის ა/რ მთავრობებს და ადგილობრივ მუნიციპალიტეტებს (გამგეობა/მერიას).

სახელმწიფო მართვის უმაღლეს (ცენტრალურ) დონეზე განსახორციელებელ ღონისძიებათა შორის ჩვენი აზრით, უნდა გამოვყოთ:

- პირველი, მოხდეს „კულტურისა და ბუნებრივი მემკვიდრეობის“ კოდექსზე მუშაობის დროული დასრულება, სადაც შესულია არამატერიალური მემკვიდრეობის სამართლებრივი რეგულირების საკითხები. როგორც აღვნიშნეთ ამ კოდექსში, სხვა ქვეყნების მიერ მიღებული ანალოგიური კანონებისაგან განსხვავებით ყურადღება უნდა გამახვილდეს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის (მისი ფართო გაგებით) მათ შორის ამ სახეობის მემკვიდრეობის პოპულარიზაციის საკითხებზე, რომელიც სწორედ მისი კულტურულ ტურიზმში ფართოდ ჩართვით მიიღწევა. მითუმეტეს, რომ 2003 წლის 17 ოქტომბერს პარიზში მიღებული საერთაშორისო კონვენციის „არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის შესახებ“ მეორე მუხლის მეხამე პუნქტი ამ სახეობის მემკვიდრეობის დაცვაში, სხვასთან ერთად მის

⁴⁷ საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ეროვნული პოლიტიკა, ICOMOS საქართველო, თბილისი 2014, გვ.7-8, გვ.20-21

პოპულარიზაციასაც⁴⁸ გულისხმობს. უნდა აღინიშნოს, რომ საქართველოში ამჟამად მოქმედ კანონში „კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ“ კულტურული მემკვიდრეობის დაცვაში მისი „პოპულარიზაცია“ პირდაპირ არ იგულისხმება და სავარაუდოა, რომ იგი, „მისი მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფაში“ მოიაზრება.⁴⁹

აქედან გამომდინარე, კარგი იქნება თუ „კულტურისა და ბუნებრივი მემკვიდრეობის“ კოდექსში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის „პოპულარიზაციის“ აუცილებლობის შესახებ ცხადად იქნება განმარტებული და ამასთან ერთად, მასში აისახება საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს დებულებაში არსებული ჩანაწერი, რომ აღნიშნულ სააგენტოს ევალება „**კულტურულ-საგანმანათლებლო და ტურისტული პროგრამების მომზადება და განხორციელება საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის პოპულარიზაციის და შექმნების მიზნით (მუხლი 2. პ.,ნ“).** აგრეთვე, „**ხელი შეუწყოს ორგანიზებულ ტურიზმს; კერძოდ, მოამზადოს და განახორციელოს კულტურულ-შემეცნებითი პროგრამები“ (მუხლი 3, პ.,პ“);** „განახორციელოს საქართველოს არამატერიალური და მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლებისა და ობიექტების ფიქსაცია და ინვენტარიზაცია (მოდრავი და უძრავი ძეგლების სააღრიცხვო ბარათებისა და პასპორტების შედგენა), მონაწილეობა მიიღოს სახელმწიფო და კერძო კოლექციების აღრიცხვასა და შესწავლაში“ (მუხლი 3, პ.,ს“).

მეორე, კულტურული მემკვიდრეობასთან მიმართებაში რამდენადმე განსხვავებული კომპეტენციებია დაფიქსირებული საქართველოს ორგანული კანონს - „ადგილობრივი თვითმმართველობის კოდექსსა“ და „კულტურის შესახებ“ კანონში. საქართველოს ორგანულ კანონში „ადგილობრივი თვითმმართველობის შესახებ“ კულტურული მემკვიდრეობის მართვის თემა ძალზე მწირად, შეიძლება ითქვას, რომ ვალის მოხდის მიზნით არის წარმოდგენილი (იგი,

⁴⁸ აღნიშნული კონვენციის მიხედვით არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა ნიშნავს „ზომების მიღებას იმ მიზნით, რომ უზრუნველყოფილი იყოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სიცოცხლისუნარიანობა, მათ შორის მისი იდენტიფიკაცია, დოკუმენტირება, კვლევა, შენარჩუნება, დაცვა, **პოპულარიზაცია**, მისი როლის ამაღლება და მისი გადაცემა უმთავრესად ფორმალური და არაფორმალური განათლების მეშვეობით, აგრეთვე ასეთი მემკვიდრეობის სხვადასხვა ასპექტის აღორძინება.“

⁴⁹ იხილეთ საქართველოს კანონი „კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ“, მუხლი 3, პ. „მ“, რომლის მიხედვით „კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა არის სამართლებრივ, სამეცნიერო-კვლევით, სარეაბილიტაციო, საინფორმაციო და საგანმანათლებლო ღონისძიებათა ერთობლიობა, რომლის მიზანია კულტურული მემკვიდრეობის სრული მრავალფეროვნებით შენარჩუნება და მისი მდგრადი განვითარების უზრუნველყოფა“.

როგორც ორგანული კანონი სხვა კანონებთან შედარებით მაღალი რანგისაა). იხილეთ ამ კანონის მუხლი 16. მუნიციპალიტეტის საკუთარი უფლებამოსილებები პუნქტი 2. მუნიციპალიტეტის საკუთარი უფლებამოსილებებია: ტ) ადგილობრივი თვითმყოფადობის, შემოქმედებითი საქმიანობისა და კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა და განვითარება; ადგილობრივი მნიშვნელობის კულტურის ძეგლთა მოვლა-შენახვა, რეკონსტრუქცია და რეაბილიტაცია; პუნქტი 4. ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანო უფლებამოსილია ამ მუხლის მე-3 პუნქტით განსაზღვრული წესით განახორციელოს ღონისძიებები დასაქმების ხელშეწყობის, სოფლის მეურნეობის, მათ შორის, სასოფლო-სამეურნეო კოოპერაციის, მხარდაჭერისა და ტურიზმის განვითარების. . . და სხვა მიზნებით“. ჩვენი აზრით, აღნიშნულ კანონში გამოკვეთილად უნდა ყოფილიყო წარმოდგენილი კულტურული მემკვიდრეობის, მ.შ. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-განვითარების, მ.შ.პოპულარიზაციის, აგრეთვე კულტურულ ტურიზმში მისი ჩართვის ღონისძიებანი მათი განმახორციელებელი სამსახურისა და დაფინანსების წყაროების მითითებით. ამასთან, ნორმა „უფლებამოსილია განახორციელოს ტურიზმის განვითარების ღონისძიებანი“ სრულიად არ შეესაბამება დღევანდელ მოთხოვნებს. ადგილობრივი თვითმმართველობის ორგანოები დღეს, ქვეყანაში შექმნილი მძიმე სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობიდან გამომდინარე ვალდებული არიან რეგიონებში ტურიზმის განვითარებას ყოველნაირად (ორგანიზაციულად, ფინანსურად და ა.შ.) დაუჭირონ მხარი;

მესამე, საქართველოში, ამჟამად, ტურიზმის სოციალურ-ეკონომიკური მნიშვნელობა ჯეროვნად არის შეფასებული (თუმცა, სხვადასხვა მიზეზის გამო არასაკმარისად არის რეალიზებული). სამთავრობო დოკუმენტებიდან ჩანს, რომ ტურიზმის მ.შ. კულტურული ტურიზმის განვითარება საქართველოს ხელისუფლების ერთ-ერთ მნიშვნელოვან პრიორიტეტს წარმოადგენს. ამიტომ, ეს, სახელმწიფო მართვის სქემაშიც უნდა აისახოს.

იმის გათვალისწინებით, რომ კულტურული მემკვიდრეობის (როგორც მატერიალურის ისე არამატერიალურის) საუკეთესო ნიმუშების კულტურულ ტურიზმში ჩართვა საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროსა და საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების სამინისტროსა და მათი სამსახურების (საქართველოს ძეგლთა დაცვის ეროვნული სააგენტოსა და საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის) ერთობლივად გადასაწყვეტი საკითხია, იგი მათ შორის ეფექტიან კოორდინაციას საჭიროებს. მსოფლიოს რიგ ქვეყნებში სწორედ ამგვარი კოორდინაციის აუცილებლობამ კულტურისა და ტურიზმის ერთ სამინისტროში გაერთიანებაც კი განაპირობა (მაგალითად, აზერბაიჯანში, თურქეთში, ბრაზილიაში, ბულგარეთში, ინდოეთში და სხვაგან ფუნქციონირებს „კულტურისა და ტურიზმის

სამინისტრო“, საქართველოში-„ კულტურის, სპორტისა და ტურიზმის სამინისტრო“, იტალიაში - „კულტურული მემკვიდრეობის, აქტივობებისა და ტურიზმის სამინისტრო“, გაერთიანებულ სამეფოში-„ტურიზმისა და კულტურული მემკვიდრეობის სამინისტრო“ და ა.შ.), რითაც ზემოაღნიშნული კოორდინაციის პრობლემა ერთიდაიგივე სამინისტროს ფარგლებში შედარებით მარტივად წყდება.

საქართველოში კი, როგორც აღვნიშნეთ, ამ მიზნის მისაღწევად სხვადასხვა სამინისტროსადმი დაქვემდებარებული სამსახურების საქმიანობის კოორდინაციის აუცილებლობა მწვავედ დგას და გადაწყვეტას საჭიროებს.

მართვის უმაღლეს დონეზე აღნიშნული კოორდინაციის საკითხის გადაწყვეტის რამდენიმე ვარიანტი შეიძლება განვიხილოთ, მაგრამ საქართველოს მთავრობის ამჟამინდელი სტრუქტურის პირობებში ვფიქრობთ, მართებული იქნება თუ ის პრემიერ-მინისტრის ადმინისტრაციის შესაბამისი ფუნქციებით აღჭურვის საფუძველზე განხორციელდება. პირდაპირ შეიძლება ითქვას, რომ აღნიშნული ადმინისტრაციის სტრუქტურა (20-მდე დეპარტამენტი, ცენტრი თუ სამსახური) და პერსონალი (250-ზე მეტი) საკმაოდ დიდია და მცირე რეორგანიზაციის შემთხვევაში შეიძლება „კულტურული მემკვიდრეობის (როგორც მატერიალურის ისე არამატერიალურის) ტურიზმში გამოყენების მართვის“ განყოფილების შექმნა, ან ამ ფუნქციების ზემოხსენებულ ადმინისტრაციაში ამჟამად არსებულ „რეგიონებისა და ადგილობრივი თვითმმართველობების ორგანოებთან ურთიერთობების დეპარტამენტსა“ და სხვა დეპარტამენტებში გადანაწილება.

საქართველოს პრემიერ-მინისტრის ადმინისტრაციაში „კულტურული მემკვიდრეობის (როგორც მატერიალურის ისე არამატერიალურის) ტურიზმში გამოყენების მართვის“ განყოფილების შექმნის (რომელიც უკეთეს ვარიანტად გვესახება) შემთხვევაში საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის სამსახურები ტურიზმის, მათ შორის კულტურული ტურიზმის განვითარების გეგმებს მხოლოდ მათ უშუალო ხელმძღვანელობასთან - ტურიზმის ეროვნულ ადმინისტრაციასთან აღარ შეათანხმებენ (როგორც ამჟამად ხდება), ისინი, ამ მხრივ ანგარიშვალდებულნი პრემიერ-მინისტრის ადმინისტრაციის მიმართაც გახდებიან. იგივე შეიძლება ითქვას, საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროსა და საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნულ სააგენტოს მიმართაც, რომლებსაც კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-შენახვასა და პოპულარიზაციასთან დაკავშირებული საკითხების სამთავრობო დონეზე წარმოჩენა გაუადვილდებათ. ხაზგასმით უნდა აღინიშნოს, რომ შემოთავაზებული განყოფილების ფუნქცია უნდა იყოს კულტურული მემკვიდრეობის საუკეთესო

ნიმუშების ტურიზმში ჩართვის მიზნით განსახორციელებელი საქმიანობის ხელშეწყობა, მისი ეფექტიანი კოორდინაცია და არა ამჟამად არსებული სამსახურების ფუნქციების დუბლირება.

იმის გათვალისწინებით, რომ ტურიზმში კულტურული მემკვიდრეობის ჩართვის მიზნით საქმიანობის გააქტიურება ორივე სამინისტროსა და მათდამი დაქვემდებარებული ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს ინტერესებს სრულად შეესაბამება, შეიძლება ვივარაუდოთ, რომ უმაღლესი ადმინისტრაციის ხელისუფლების თანხმობის შემთხვევაში საქართველოს პრემიერ-მინისტრის ადმინისტრაციის ზემოაღნიშნული მაკოორდინირებელი განყოფილების ფუნქციების დაკონკრეტება მათ არ გაუჭირდებათ;

მეოთხე, საქართველოს პრემიერ-მინისტრის ადმინისტრაციის პირობითად „კულტურული მემკვიდრეობის (როგორც მატერიალურის ისე არამატერიალურის) ტურიზმში გამოყენების მართვის“ განყოფილების უმთავრესი საზრუნავი უნდა იყოს:

ა. მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმში ჩართვასთან დაკავშირებული ნებისმიერი პრობლემის (ორგანიზაციული, ფინანსური, საგანმანათლებლო თუ სხვა) სისტემური შესწავლა და მათ გადასაწყვეტად ადეკვატური ღონისძიებების გატარება.

ბ. ქვეყნის მასშტაბით აღნიშნული პროცესის მიმდინარეობის მონიტორინგი;

გ. აღნიშნული პროცესის მართვის ქვედა დონეებისადმი დახმარების (ორგანიზაციული, ფინანსური, საგანმანათლებლო თუ სხვა) აღმოჩენა. მათსა და საქართველოს მთავრობას შორის ბიუროკრატიული ბარიერების გარეშე ურთიერთობის უზრუნველყოფა და ა.შ. კერძოდ, საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროს, ადგილობრივი თვითმმართველობის გამგეობებისა და მერიებისადმი ფინანსური მხარდაჭერისათვის ზრუნვა ისეთი ღონისძიებების განსახორციელებლად როგორიცაა:

- რეგიონებსა თუ დედაქალაქში სხვადასხვა სახის ფესტივალებისა (მაგალითად, სიმღერისა და ცეკვის, ხალხური ზეპირსიტყვიერების, ღვინის და ა.შ.) თუ ხალხური ტრადიციული რეწვის საუკეთესო ნიმუშების გამოფენა-გაყიდვების არა ერთჯერადად, არამედ პერიოდულად ორგანიზება⁵⁰. ფესტივალების თუ ტრადიციული რეწვის საუკეთესო ნიმუშების გამოფენა-

⁵⁰ ამ მხრივ საინტერესოა სიღნაღის მუნიციპალიტეტში ჩატარებული გამოკვლევა. იხილეთ ნაშრომის ელექტრონული ვერსია: „სიღნაღი კულტურისათვის-მუნიციპალიტეტის კულტურის რესურსები და კულტურის პოლიტიკის რეკომენდაციები. კერძოდ, ნაწილი: „ფესტივალები, როგორც კულტურულ ეკონომიკური განვითარების საშუალება, ავტორი - ანა რიაბომენკო; ნაწილი: „ხალხური რეწვა და ხელოსნები სიღნაღის მუნიციპალიტეტში-განვითარების პერსპექტივები“, ავტორი: ნინო სანადირაძე.

გაყიდვების ჩატარების ინიციატორები რეგიონების გამგეობები და თვითმმართველი ქალაქების მერიები უნდა იყვნენ. მაგალითად, ყველა მუნიციპალიტეტში ნებისმიერ დროს შეიძლება ჩატარდეს ხალხური მუსიკის, ცეკვისა და ზეპირსიტყვიერების ფესტივალი, სეზონურად, კერძოდ, შემოდგომაზე ღვინის ფესტივალი და ა.შ. ბუნებრივია, თბილისშიც და რეგიონებშიც უნდა გაგრძელდეს ეროვნული და საერთაშორისო ფესტივალების ჩატარების პრაქტიკა. მნიშვნელოვანია ფესტივალების ორგანიზების პროცესში მაქსიმალურად ჩაერთოს ადგილობრივი საზოგადოება, განსაკუთრებით კი ახალგაზრდები;

- რეგიონებში მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა-პოპულარიზაციისა და მათი საუკეთესო ნიმუშების კულტურულ ტურიზმში ჩართვის პროცესის ეფექტიანად განხორციელების მთავარი გარანტის - **მუნიციპალური კადრების გადამზადებისა და კვალიფიკაციის ამაღლების მიზნით სპეციალური სახელმწიფო პროგრამის შემუშავებაში აქტიური მხარდაჭერა და ა.შ.**

მუნიციპალიტეტების დონეზე კულტურული მემკვიდრეობის აღრიცხვა, დაცვის (მ.შ. პოპულარიზაციის) და მათი კულტურულ ტურიზმში ჩართვა საკმაოდ რთული პროცესია, რომელშიც ადგილობრივი თვითმმართველობების როლი განსაკუთრებულია. „არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის შესახებ“ 2003 წლის 17 ოქტომბერს პარიზში მიღებული საერთაშორისო კონვენციის (რომელსაც საქართველო 2007 წელს მიუერთდა) მიხედვით მათ მნიშვნელოვანი როლი უნდა შეასრულონ მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის იდენტიფიკაციის, დოკუმენტირების, კვლევების, შენარჩუნების, **პოპულარიზაციის** მიმართულებებით. გარდა ამისა, ადგილობრივმა თვითმმართველობებმა ამ მემკვიდრეობის საუკეთესო ნიმუშების კულტურულ ტურიზმში ჩართვის მიზნითაც უნდა გააქტიურონ საქმიანობა. მუნიციპალიტეტები (გამგეობები/მერიები) სრულად უნდა ფლობდნენ ინფორმაციას დაქვემდებარებულ ადმინისტრაციულ ერთეულებში არსებული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ და დაინტერესებულნი უნდა იყვნენ მათი პოპულარიზაციით (ტურისტულ პროდუქტში ჩართვით), რომელიც მნიშვნელოვანია ტერიტორიული ერთეულის იდენტობისა და მისი შემოსავლების ზრდისათვის. აქედან გამომდინარე, ქვეყნის რაიონული გამგეობები თუ თვითმმართველი ქალაქების მერიები ამ ნაწილში კულტურული მემკვიდრეობისა და ტურიზმის სამსახურების საქმიანობის კოორდინაციით დაინტერესებულნი უნდა იყვნენ. ამასთან, მათ, ქვეყნის მთავრობასთან, არასამთავრობო ორგანიზაციებთან, კერძო სექტორთან, საზოგადოებასთან ქმედითად უნდა იმუშაონ რათა მოიზიდონ რაც შეიძლება მეტი სახსრები, რომელიც საჭიროა დაქვემდებარებულ

ტერიტორიაზე კულტურული მემკვიდრეობის (როგორც მატერიალურის ისე არამატერიალურის) პოტენციალის გამოსავლენად და დაცვა-პოპულარიზაციისათვის.

მუნიციპალიტეტების (ადგილობრივ) დონეზე მართვის საკითხების წინა პლანზე წამოწევას ისიც უწყობს ხელს, რომ ამჟამად, მსოფლიოში ისევე როგორც ზოგადად სახელმწიფო მართვის, ასევე კულტურული მემკვიდრეობის (მატერიალურისა და არამატერიალურის) მართვის დეცენტრალიზაციის⁵¹ პრობლემა მწვავედ დგას. უცხოური გამოცდილება გვასწავლის, რომ სახელმწიფო მართვის ის საკითხები, რომლებიც ადგილობრივი თვითმმართველობისა და მმართველობის კომპეტენციას განეკუთვნება ადგილზევე უნდა გადაწყდეს. მათ შორის ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი საკითხი კულტურული მემკვიდრეობის (მათ შორის არამატერიალურის) მართვის დეცენტრალიზაციაა. სახელმწიფომ ამისათვის ყველა პირობა (პირველ რიგში იგულისხმება მუნიციპალური მართვის ორგანიზაციული სტრუქტურის მოწესრიგება, ფინანსური უზრუნველყოფის მიზნით სწორი საბიუჯეტო, მ.შ. მოქნილი სატრანსფერო პოლიტიკის განხორციელება, შესაბამისი პროფესიისა და კვალიფიკაციის კადრების მომზადება-გადამზადება და ა.შ.) უნდა შექმნას.

„საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ეროვნულ პოლიტიკაში“ აღნიშნულია, რომ კულტურული მემკვიდრეობის მართვის დეცენტრალიზაცია მნიშვნელოვანია განსაკუთრებით პირველ ეტაპზე, მაგრამ უნდა მოხდეს უფლებამოსილებების იმდაგვარად დელეგირება, რომელიც ცენტრალური ხელისუფლების პასუხისმგებლობას არ შეამცირებს, რადგან ადგილებზე ჯერ კიდევ არ არსებობს საკმარისი პრაქტიკა და გამოცდილება, დასამკვიდრებელია მემკვიდრეობის მართვის ტრადიციები. უფლებამოსილების დელეგირებას წინ უნდა უსწრებდეს ძეგლთა დაცვითი რეგლამენტების შექმნა, მკაფიო პროცედურების განსაზღვრა; ძეგლებზე ჩარევის მეთოდოლოგიის მარეგულირებელი დოკუმენტების შექმნა, რეგიონულ და ადგილობრივ დონეზე ინსტიტუციების დაარსება/გაძლიერება – შესაბამისი ინფრასტრუქტურის შექმნა და ა.შ.

ჩვენ „საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ეროვნულ პოლიტიკაში“ ასახულ ამ მოთხოვნებს სრულად ვეთანხმებით და აღვნიშნავთ, რომ ისინი თანაბრად ეხება როგორც მატერიალურ ისე არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობას, მაგრამ იმის გათვალისწინებით, რომ საქართველოში „კულტურულ მემკვიდრეობაში“ ტრადიციულად, უპირატესად მატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა იგულისხმება, აუცილებელია ეს დეფინიცია დაზუსტდეს - „კულტურული მემკვიდრეობა: როგორც მატერიალური, ისე არამატერიალური“, ან

⁵¹ იხილეთ ნაშრომის ელექტრონული ვერსია: საქართველოს მთავრობის ხედვა „დეცენტრალიზაციისა და თვითმმართველობის განვითარების სტრატეგიის მთავარი პრინციპების შესახებ 2013-2014 წლებისათვის.

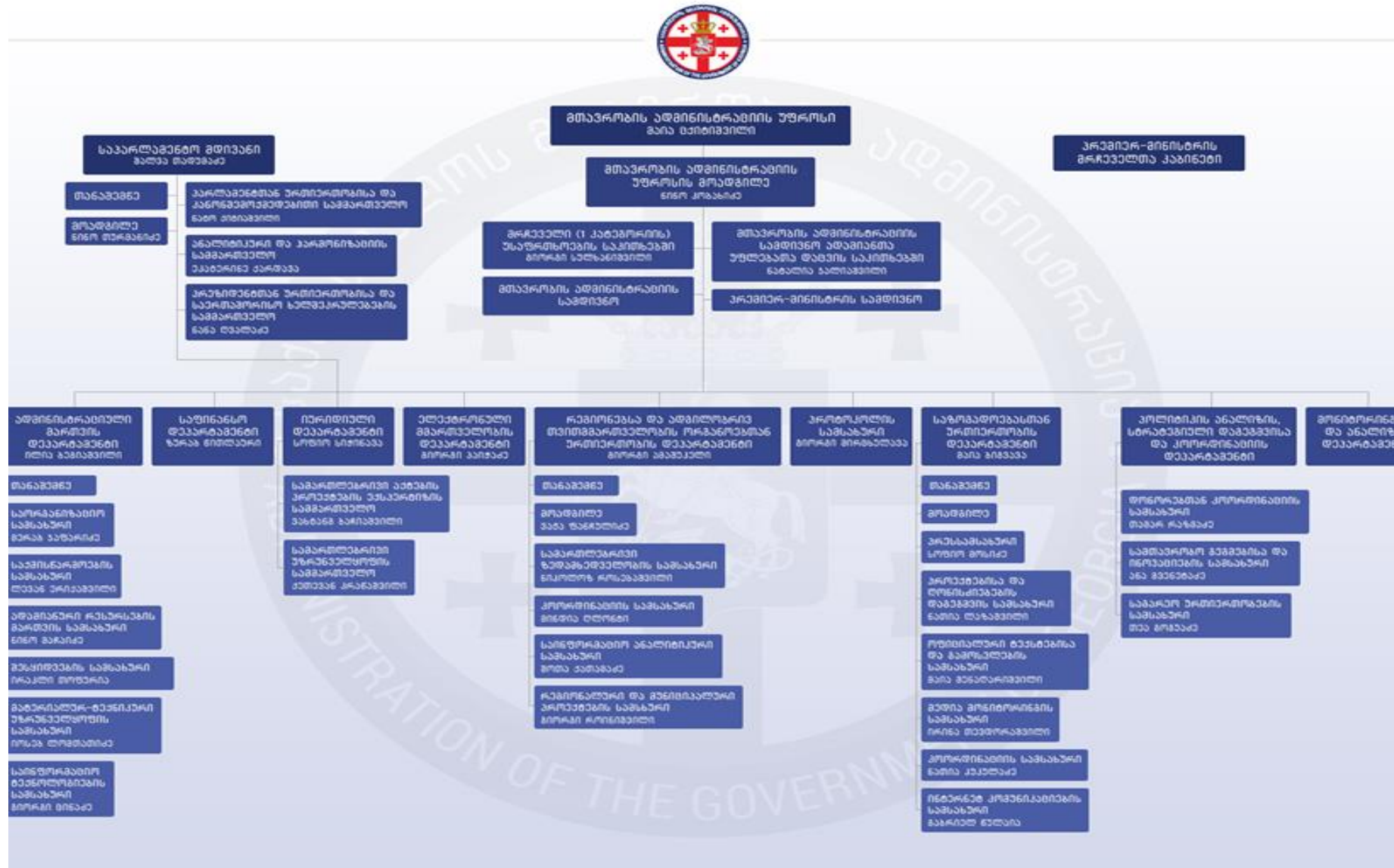
„მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა“, რადგან არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა ჩვენს მატერიალურ კულტურული მემკვიდრეობაზე ნაკლები მნიშვნელობის სულაც არ არის და ამ ხარვეზის (რომ საქართველოში, წლების განმავლობაში, არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობას სათანადო ყურადღება არ ექცეოდა) გამოსწორება, მასზე მეტი ყურადღების გამახვილება, უბრალოდ აუცილებელია.

იმიათვის, რომ ადგილობრივმა თვითმართველობებმა, ერთი მხრივ, მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვისა (მ.შ. პოპულარიზაციის) და განვითარების, მეორე მხრივ კი მათი საუკეთესო ნიმუშების კულტურულ ტურიზმში ჩართვის ამოცანები წარმატებით გადაჭრან, აუცილებელია:

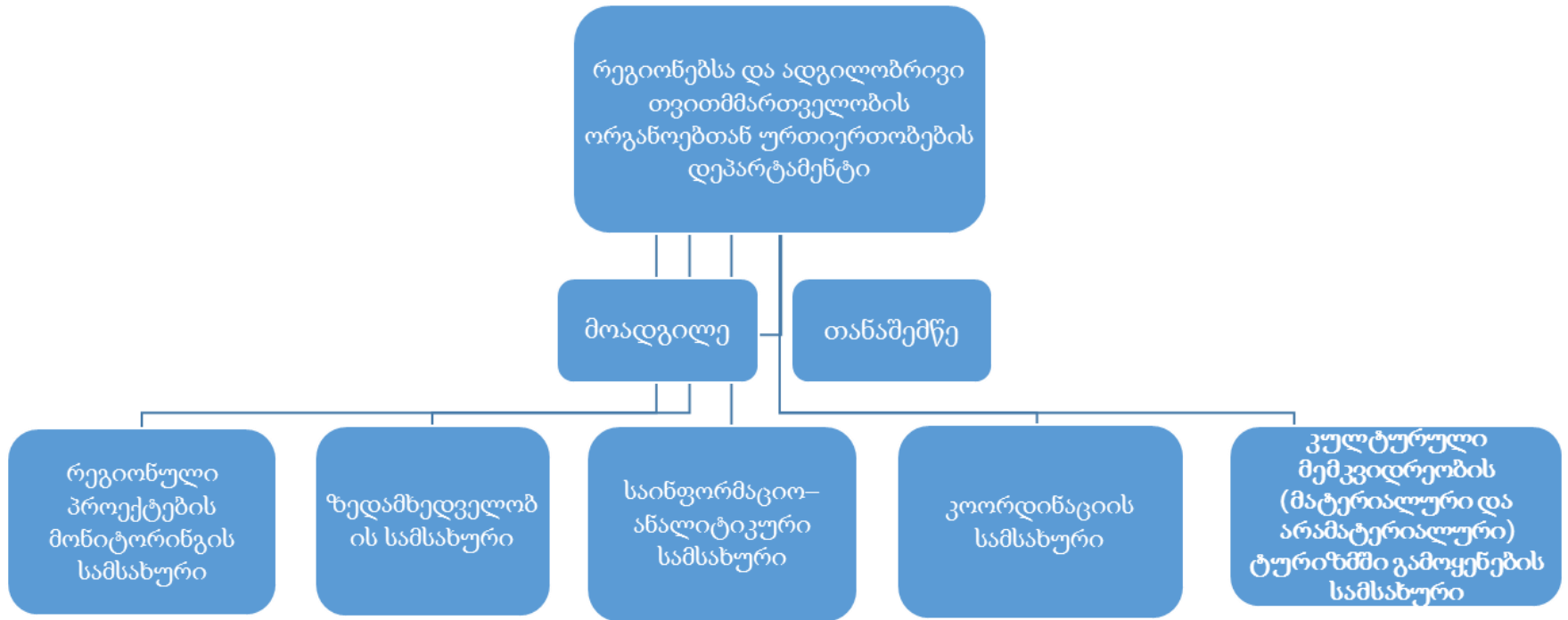
ა. მუნიციპალიტეტების გამგეობებსა და თვითმმართველი ქალაქების მერიებში განხორციელდეს მათი ორგანიზაციული სტრუქტურების მცირედი ცვლილება და შეიქმნას მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა განვითარებისა და მათი კულტურულ ტურიზმში ჩართვის სპეციალური სამსახური.(იხ. ორგანიგრამა 2) ეს შეიძლება განხორციელდეს გამგეობებსა და მერიებში არსებული ადამიანური რესურსების ბაზაზე (საჭიროების შემთხვევაში კადრების გადამზადების) ან რამდენიმე კვალიფიციური სპეციალისტის მოწვევის საფუძველზე;

ბ. გადახედო იქნეს გამგეობებისა და მერიების დებულებები, რათა ზემოაღნიშნული მიზნიდან გამომდინარე სწორად ჩამოყალიბდეს მათი ფუნქციები. სამწუხაროა, მაგრამ ფაქტია, რომ რეგიონების გამგეობებისა და მერიების დებულებების უმრავლესობაში (გავეცანით 30-მდე დებულებას) საერთოდ არ არის გათვალისწინებული ისეთი მუხლები, რომლებიც დაავალდებულებს მათ განახორციელონ კულტურული მემკვიდრეობის (მ.შ. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის) დაცვისა (პოპულარიზაციის) და განვითარების და მათი კულტურულ ტურიზმში ჩართვის ღონისძიებანი. ამ მხრივ, სხვებთან შედარებით უკეთესი მდგომარეობაა ზუგდიდის, მცხეთის, თელავის გამგეობასა და მერიაში.

1. საქართველოს მთავრობის სტრუქტურა.



ორგანიგრამა 2.



ჩვენი აზრით, საქმის ინტერესებიდან გამომდინარე და ადგილობრივი თვითმმართველობების საქმიანობის დამოუკიდებლობის პრინციპის დარღვევის გარეშე, მათთან შეთანხმებით, სრულიად შესაძლებელია ადგილობრივი თვითმმართველობის გამგეობებისა და მერიების დებულებებში გათვალისწინებულ იქნეს ზემოაღნიშნული სამსახურის ისეთი უნიფიცირებული უფლებამოსილებანი და ფუნქციები, რომელთა რეალიზება მნიშვნელოვნად შეუწყობს ხელს ქვეყნის რეგიონების მიხედვით მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვისა (პოპულარიზაციის) და განვითარების, აგრეთვე მისი კულტურულ ტურიზმში ჩართვის მდგომარეობის შესწავლასა და შეფასებას.

ვფიქრობთ, რომ აღნიშნული მიმართულებით საქმიანობას ორგანიზება უნდა გაუწიოს ჩვენს მიერ შემოთავაზებულმა საქართველოს პრემიერ-მინისტრის ადმინისტრაციაში სპეციალურად შექმნილმა განყოფილებამ;

გ. სადისერტაციო ნაშრომის პირველ და მეორე თავში ჩვენ ხაზგასმით მივუთითეთ ადგილობრივი თვითმმართველობის ექსკლუზიური და დელეგირებული უფლებამოსილების განხორციელებისათვის თუ რაოდენ მნიშვნელოვანია მისი ფინანსური უზრუნველყოფა. ფაქტია, რომ საქართველოს რეგიონების უმრავლესობას ფინანსურად უჭირს, ზოგიერთს კი ძალიან უჭირს და ძირითადად სახელმწიფო ბიუჯეტიდან მიღებულ ტრანსფერებზეა დამოკიდებული. ასეთ პირობებში მყოფი მუნიციპალიტეტების გამგეობებისათვის ან თვითმმართველი ქალაქების მერიებისათვის ახალი ვალდებულებების დაკისრება, ბუნებრივია, ბადებს კითხვას, საიდან დაფარონ მათ ეს ხარჯები? კითხვას შეიძლება პირდაპირ ვუპასუხოთ: ერთი ისეთი წყარო, რომელიც მთლიანად დაფარავს ამ ხარჯებს, არ არსებობს. თუმცა, შეიძლება რამდენიმე წყაროს მოძიება. პირველ რიგში უნდა აღინიშნოს, რომ ამ მიმართულებით ხარჯების მნიშვნელოვანი ზრდა მოსალოდნელი არ იქნება, თუ გამგეობები და მერიები კრიტიკულად გადახედავენ მათ ორგანიზაციულ სტრუქტურას, იქ დასაქმებული პერსონალის უფლებამოსილებებს, დატვირთვის მდგომარეობას და შეძლებენ პერსონალის გარკვეული ნაწილის გამოთავისუფლებას. გარდა ამისა, რეგიონულმა გამგეობებმა და მერიებმა ზემოაღნიშნული სპეციალური სამსახურის მეშვეობით უნდა უზრუნველყონ მუნიციპალიტეტების სახელოვნებო საგანმანათლებლო ცენტრების, საერთაშორისო ფონდებთან ურთიერთობის, ტურიზმის სამსახურების, კულტურის სხვა სფეროში დასაქმებულთა საქმიანობის ეფექტიანი კოორდინაცია. ამის შემდეგ კი მათ კარგად უნდა გაიანგარიშონ კადრებზე დამატებითი მოთხოვნის მოცულობა და დამატებითი ხარჯების ოდენობა, რა თქმა უნდა, გათვალისწინებული უნდა იქნეს ოფისის, სპეციალური კვლევებისა

(განსაკუთრებით არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის აღრიცხვის ნაწილში) და სხვა ხარჯებიც.

პირველ ეტაპზე ზემოაღნიშნული მიზნების განსახორციელებლად საჭირო ხარჯების დიდი ნაწილი სახელმწიფო ბიუჯეტმა უნდა დაფაროს, ეს შეიძლება მოხდეს დელეგირებული უფლებამოსილების განსახორციელებლად ადგილობრივი ბიუჯეტებისათვის მიზნობრივი ტრანსფერის გამოყოფით (როგორც საქართველოს სახელმწიფო ბიუჯეტიდან ისე ავტონომიური რესპუბლიკის ბიუჯეტიდან), ან სახელმწიფო ბიუჯეტიდან შესაბამის პროგრამის დაფინანსების საფუძველზე. გარდა ამისა, რეგიონულმა გამგეობებმა და მერიებმა უნდა იზრუნონ სხვადასხვა ფონდებიდან ან დონორი ორგანიზაციებიდან თანხების მოზიდვისათვის.

დასკვნა

სადისერტაციო ნაშრომში შესწავლილი რიგი საკითხები, რომელიც შეეხება არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურისტულ ასპექტების შეფასებას საქართველოში, გვაძლევს საფუძველს გამოვიტანოთ შემდეგი დასკვნები:

1. საქართველოს მდიდარი არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა, კულტურული ტურიზმის განვითარების და ინოვაციური ეროვნული ტურისტული პროდუქტის შექმნის საფუძველს წარმოადგენს. ყოველივეს აძლიერებს ტრადიციულად ჩამოყალიბებული და ქართულ გენში შესისხლხორცებული სტუმართმილების მაღალი კულტურა, რაც მნიშვნელოვანი ფენომენია. არსებული ფენომენი საბაზისო ელემენტია ამ მიმართულებით დაინტერესებული ადგილობრივი და უცხოელი ტურისტებისათვის;

2. საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა ჩვენი ქვეყნის მოსახლეობაში გავრცელებული ადათ-წესების, ჩვეულებების, ზეპირი გადმოცემის, სიმღერის, თამაშობისა და სხვა სახით დოკუმენტირებულია კერძო და სახელმწიფო არქივებში, მუზეუმებში, სამეცნიერო და კვლევით ინსტიტუტებში, სხვა დაწესებულებებში. მათი აქტიურად ჩართვა ტურში, ტურისტული პროდუქტის ხარისხობრივი მახასიათებლების წარმოჩენასა და ეროვნული თვითმყოფადობის ელემენტების პოპულარიზაციას უწყობს ხელს;

3. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა, როგორც ტურისტული რესურსი, ბევრი სხვა ტურისტული რესურსისაგან განსხვავებით, მდგრადობით გამოირჩევა. მდგრადობის განმსაზღვრელი ერთ-ერთი მნიშვნელოვანი კომპონენტია "სეზონურობის არ არსებობა". საქართველოში არსებული რესურსი ტურისტული დანიშნულებით ვარგისია წლის ნებისმიერ პერიოდში, ვინაიდან ბუნებრივი ფაქტორები მათ ექსპლუატაციაზე უმნიშვნელოდ მოქმედებენ;

4. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის რესურსების ტურისტული თვალსაზრისით ექსპლუატაციას ჰუმანური თავისებურება გააჩნია. იგი ქვეყნების ისტორიის, ეკონომიკის, ტრადიციების, კულტურის ურთიერთგაზიარებასა და გამდიდრებას, ერებს შორის ურთიერთპატივისცემის, დახმარებისა და მეგობრობის ჰუმანური გრძნობების გაღვივებასა და დამკვიდრებას უზრუნველყოფს.

5. არამატერიალური მემკვიდრეობის რესურსების ჩართვა საქართველოს ტურისტულ ინდუსტრიაში ხელს უწყობს ახალი სამუშაო ადგილების შექმნას, ეხმარება სოფლად ახალგაზრდა და ნაწილობრივ-დასაქმებული მოსახლეობის მიგრაციის შემცირებას; არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მიზანმიმართულად მართვის პირობებში, შესაძლებელია, როგორც

ძირძველი ტრადიციების შენარჩუნება და ასევე მნიშვნელოვანი სოციალურ-ეკონომიკური ეფექტის მიღება.

6. მნიშვნელოვანია საქართველოს მოსახლეობის ზოგადი შეხედულებების ცოდნა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ. რესპოდენტთა კვლევიდან გამომდინარე, მოსახლეობის მნიშვნელოვანი ნაწილისათვის საერთოდ უცნობია ძირძველი ქართული ტრადიციები, თამაშობები, სახალხო დღესასწაულები და ქართული საბრძოლო ხელოვნების მიმართულებები; ნაწილი მხოლოდ მას-მედიით გაშუქებულ პოპულარულ ტრადიციებს იცნობს და მხოლოდ მცირედი მონაწილეობს არსებული ტრადიციების განხორციელებაში.

7. თანამედროვე პერიოდში საქართველოს სახელმწიფოს პოლიტიკა საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მიმართ მაღალი ინტერესებით ხასიათდება, რაც ცალკეულ საკანონმდებლო აქტებისა და კანონ-პროექტებში აისახა. ამჟამად, საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს მონაცემებით 33 ობიექტს აქვს მინიჭებული საქართველოს არამატერიალური მემკვიდრეობის ძეგლის სტატუსი. მათგან ორი ძეგლი შეტანილია კაცობრიობის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ხელთუქმნელი შედეგების ნუსხაში. მიმდინარეობს ანალოგიური ძეგლების პასპორტიზაცია. თითოეული მათგანი მიზნობრივი მენეჯმენტის პირობებში, მნიშვნელოვან როლს შეასრულებს ქართული ტურისტული პროდუქტის წინწაწევაში.

8. ტურიზმში არსებული რესურსების არამიზნობრივ გამოყენებას სდევს ნეგატიური ეფექტიც: საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურიზმში გამოყენების არაპროფესიონალურმა მიდგომამ შეიძლება მისი გადამეტებული კომერციალიზაცია გამოიწვიოს. დიახ, თანამედროვე გლობალიზაციის ეპოქაში, მნიშვნელოვანია ქართული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის რესურსების ისე ჩართვა ტურიზმში, რომ მან არა თუ მოახდინოს კულტურული შრეების საერთაშორისო დონეზე ნიველირება, არამედ პირიქით უზრუნველყოს მათი გატანა-პოპულარიზაცია დიდ სივრცეებზე;

9. პრობლემები, რომლებიც ვლინდება საქართველოში არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობასთან დაკავშირებით:

- თაობიდან თაობისათვის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გადაცემის უწყვეტობის მოშლა;
- არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მატარებლის დაცვის მექანიზმების არარსებობა;

- საზოგადოების ჯგუფების გენეტიკური მეხსიერების მოშლა;
- არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სოციალური გარემოს მოშლა.
- სახელმწიფო დაცვის მექანიზმების არასრულყოფილება;
- გლობალიზაცია;
- კულტურული სტანდარტიზაციის ტენდენციები;
- მოსახლეობის მიგრაცია;
- რესურსების უკმარისობა;
- ზედმეტი კომერციალიზაცია (მათ შორის ტურისტული ან სხვა მიზნებით);
- რელიგიური ან სხვა მხრიდან ხელოვნული ჩარევა (მათ შორის აკრძალვა, მისადაგება, დადგმა, და ა.შ.);

ჩვენს მიერ ჩატარებულმა კვლევებმა ცხადყო, რომ საქართველოში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის რესურსების ტურისტული თავისებურებების განვითარების უზრუნველყოფისათვის საჭიროა შემდეგი ღონისძიებების გატარება:

➤ მოხდეს ბიზნეს სექტორის წახალისება საგადასახადო შეღავათებით: ტურისტული კომპანიები, სასტუმრო ქსელები, კომერციული ოპერატორები, რათა მათ სოციალურ პროგრამებში ჩართონ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა. ასევე უზრუნველყონ მომხმარებლის ინტერესების გათვალისწინება და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მნიშვნელობისა და დინამიურობის შენარჩუნება;

➤ მხარი დაუჭირონ პროექტებს, რათა ხელი შეუწყონ ადგილობრივი ტრადიციების სიცოცხლისუნარიანობის შენარჩუნებასა და კულტურული პრაქტიკისა და ცოდნის არსებობას, ადგილობრივი ბაზრის განვითარებას. მნიშვნელოვანია ტრადიციული რეწვის პროდუქციის წარმოების ხელშეწყობა და რეგიონებში მცხოვრები ახალგაზრდების ჩართულობის გაზრდა, ასევე ორიენტაცია ტრადიციული რეწვის სახელოსნოების ტურისტული პოტენციალის ამაღლებაზე, რაც, თავის მხრივ, ტრადიციული რეწვის ცენტრების ეკონომიკური მდგრადობის საფუძველი იქნება, შესამაბისად, გაიზრდება ტრადიციული რეწვის ოსტატებისა და ორგანიზაციების შემოსავლები;

➤ კომერციულმა ტუროპერატორებმა შეიმუშაონ ზომები და ინფრასტრუქტურული პროექტები, რომელიც გააუმჯობესებს მიწოდების ჯაჭვს და კაპიტალს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პროდუქტებსა და მომსახურებასთან;

➤ ადგილობრივმა თვითმმართველობებმა უნდა შექმნან ადგილობრივი დღესასწაულების და ღონისძიებათა კალენდარი, რომელიც ხელმისაწვდომი იქნება როგორც ტუროპერატორებისთვის, ასევე ფართო საზოგადოებისთვის;

➤ ტურისტული სააგენტოები(ტუროპერატორები) ზემოთ ხსენებული კალენდრის არსებობის შემთხვევაში, შეძლებენ ადრეულ პერიოდშივე დაგეგმონ ტურები და შესთავაზონ მომხმარებელს(ტურისტებს). ასევე აუცილებელია ადგილობრივი თემებისგან მიიღონ თანხმობა ოფიციალური-ხელშეკრულებით ან არაოფიციალურად, რომ ისინი თანახმა არიან მათ დღესასწაულებსა თუ რიტუალებში ტურისტებმაც მიიღონ მონაწილეობა. ადგილობრივ მოსახლეობას უნდა განემარტოს, თუ რა სარგებელს მიიღებენ აქედან თვით ისინი. სარგებელი შეიძლება იყონ ფულადი ფორმით გამოხატული ან სოციალური სარგებელი.

➤ სასტუმროებში ტურისტებისთვის შეთავაზებულ უნდა იქნას ადგილობრივი წარმოების პროდუქტები. განსაკუთრებით საინტერესო იქნება მენიუში ისეთი პროდუქტების შეტანა, რომლებსაც მინიჭებული აქვთ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლის სტატუსი. მაგალითად დამბალხაჭო, თაშმჯაბი, კუბდარი და ა.შ.

➤ ტურისტულმა სააგენტოებმა უნდა დაგეგმონ ინფოტურები, დაუკავშირდნენ ადგილობრივ მომსახურების მიმწოდებლებს(ადგილობრივ მოსახლეობას, ტრადიციების პრაქტიკოსებს) და მათთან შეთანხმებით იმოქმედონ.

➤ როგორც ზემოთ ავღნიშნეთ „სამკურნალო და მინერალურ წყლებს ზემო სვანეთში: მუგვირი, არცხელი, კახრლდ, ლეგაბ, სეტის მჟავე წყალი, კვედილაში, შგედი – სამკურნალო თვისებები და მოხმარების წესს“ მიენიჭა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლის სტატუსი. ტურისტული თვალსაზრისით და ამ სამკურნალო წყლების ცნობადობის გაზრდის მიზნით ადგილობრივმა თვითმმართველობებმა ხელი უნდა შეუწყონ ამ წყლების პოპულარიზაციას, კერძოდ, დაიბეჭდოს ბუკლეტები მათი სამკურნალო თვისებებისა და მოხმარების წესის შესახებ როგორც ქართულ, ისე უცხო ენებზე და დაიდოს უშუალოდ ამ წყლებთან და ასევე სასტუმროებსა (დიდ სასტუმროებს აქვთ სპეციალური სტენდი რეკლამებისთვის, სპეციალური ბუკლეტებისთვის) და ტურისტულ საინფორმაციო ცენტრებში.

➤ ადგილობრივმა თვითმმართველობებმა ორგანიზება უნდა გაუკეთონ მათ მუნიციპალიტეტში არსებულ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ელემენტების შესახებ საცნობარო-საინფორმაციო ილუსტრირებული ბროშურების და გზამკვლევების გამოშვებას როგორც ქართულ, ასევე უცხო ენებზე.

➤ ტუროპერატორებმა არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის, მაგალითად ფარიკაობის, გამოყენებით ტურები უნდა დაგეგმონ იმ კულტურულ სივრცეში, სადაც ეს ტრადიცია პრაქტიცირდება. ამისათვის კი საჭიროა ადგილზე(ხევსურეთში) არსებობდეს ფარიკაობის

შემსწავლელი კურსები, ასევე ხევსურული სამოსის- ტალავარის გაქირავების პუნქტი, რაც ადგილობრივი მოსახლეობისთვის შემოსავლის წყარო გახდება.

➤ უნდა დაიდოს ხელშეკრულება ადგილობრივ გიდებთან, რომლებიც ფლობენ ცოდნას არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ.

➤ წახალისებულ იქნან თანამშრომლები და მოხდეს რაც შეიძლება მეტი ადგილობრივი გიდის მომზადება, სამართლიანი ვაჭრობა, კულტურათაშორისი ურთიერთობების დამყარება და კონფლიქტების მოგვარება;

➤ შემუშავდეს სტრატეგიები, რათა ხელი შეეწყოს პარტნიორულ ურთიერთობებს და შეიქმნას არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის პროდუქტები ტურისტული საქმიანობის სხვა სუბიექტებთან ერთად. უზრუნველყოფილ იქნეს არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობაზე დაფუძნებული გრძელვადიანი ტურისტული პროექტები;

➤ განთავსების ობიექტების გასაფორმებლად ადგილობრივი ოსტატები უნდა დასაქმდნენ; ასევე დაქირავებულ იქნან ადგილობრივი შემსრულებლები წარმოდგენების დასადგამად და საცალო ვაჭრები, რომლებიც გაყიდიან ადგილობრივი ან რეგიონალური წარმოების რეწვის პროდუქტებს მათი დაწესებულებების სავაჭრო ტერიტორიების ფარგლებში.

➤ შემუშავდეს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობიდან მიღებული სარგებლის ისევ თემებში გამოყენების ეფექტიანი მექანიზმი;

➤ არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის საუკეთესო ნიმუშების კულტურული ტურიზმის პროგრამებში სრულად ჩართვის მიზნით აუცილებელია საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და საქართველოს ძეგლთა დაცვის ეროვნულ სააგენტოს შესაბამისი სამსახურების საქმიანობის ეფექტიანი **კოორდინაცია**.

➤ მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის კულტურულ ტურიზმში ჩართვის პროცესის ეფექტიანი მართვისათვის აუცილებელია როგორც ცენტრალურ (საქართველოს მთავრობისა და ძირითადად ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების, აგრეთვე კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტროების და მათდამი დაქვემდებარებული ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და ძეგლთა დაცვის ეროვნული სააგენტოს), ისე **რეგიონულ** (აჭარისა და აფხაზეთის ა/რ მთავრობებისა და ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და ძეგლთა დაცვის ეროვნული სააგენტოს რეგიონული სამსახურების) და **მუნიციპალურ** (შესაბამისი მუნიციპალური სამსახურების, ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციისა და ძეგლთა დაცვის ეროვნული სააგენტოს რეგიონული სამსახურების) დონეებზე აღნიშნული სამინისტროებისა და სამსახურების საქმიანობის სრული კოორდინაცია. მაკოორდინირებელი როლი კი მართვის

დონეების მიხედვით საქართველოს მთავრობამ, აჭარისა და აფხაზეთის ა/რ მთავრობებმა და ადგილობრივმა მუნიციპალიტეტებმა (გამგეობა/მერია) უნდა იკისრონ.

➤ საქართველოს პრემიერ-მინისტრის ადმინისტრაციაში, კერძოდ რეგიონსა და ადგილობრივ თვითმმართველობის ორგანოებთან ურთიერთობის დეპარტამენტში გამოიყოს (პირობითად) „კულტურული მემკვიდრეობის (როგორც მატერიალურის ისე არამატერიალურის) ტურიზმში გამოყენების მართვის“ განყოფილება.

➤ მუნიციპალიტეტების გამგეობებსა და თვითმმართველი ქალაქების მერიებში განხორციელდეს მათი ორგანიზაციული სტრუქტურების მცირედი ცვლილება და შეიქმნას მატერიალური და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვა განვითარებისა და მათი კულტურულ ტურიზმში ჩართვის სპეციალური სამსახური. ეს შეიძლება განხორციელდეს გამგეობებსა და მერიებში არსებული ადამიანური რესურსების ბაზაზე (საჭიროების შემთხვევაში კადრების გადამზადების) ან რამდენიმე კვალიფიციური სპეციალისტის მოწვევის საფუძველზე;

ჩვენს მიერ ჩამოთვლილი ღონისძიებების განხორციელება და ჩართვა ტურისტული პროდუქტის წარმოებაში, ხელს შეუწყობს არა მარტო არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის რესურსების წარმოჩენას, არამედ საქართველოს, როგორც უნიკალური ცივილიზაციისა და კულტურის მატარებელი ქვეყნის პოპულარიზაციას რეგიონალურ და მსოფლიო ტურისტულ სივრცეში.

გამოყენებული ლიტერატურა

1. ბეროვსი კ.ვ., პავერსი ტ., რეინოლდსი დ. შესავალი მასპინძლობის მენეჯმენტში, თბილისი, საქართველოს საპატრიარქოს გამომცემლობა 2012.
2. გერბერა კ. კულტურული ტურიზმის ეკონომიკური ეფექტის შესახებ, ქართული ხელოვნება ევროპისა და აზიის კულტურათა კონტექსტში, თეზისები, ვ. ბერიძის სახელობის ქართული ხელოვნების საერთაშორისო სიმპოზიუმი, თბილისი 2008.
3. დევიძე ე. კულტურული მემკვიდრეობა და იმერეთის ტურიზმის განვითარების პრობლემები, დისერტაცია, ივ. ჯავახიშვილის სახ. თბილისის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, 2012.
4. თოფჩიშვილი რ. საქართველოს ეთნოგრაფია/ეთნოლოგია, გამომცემლობა „უნივერსალი“, თბილისი 2010.
5. კვარაცხელია ნ. კულტურული ტურიზმი, თბილისი 2004.
6. კვარაცხელია ნ. საქართველოში კულტურული ტურიზმის განვითარების ტენდენციები და პერსპექტივები, ქართული ხელოვნება ევროპისა და აზიის კულტურათა კონტექსტში, თეზისები, ვ. ბერიძის სახელობის ქართული ხელოვნების საერთაშორისო სიმპოზიუმი, თბილისი 2008.
7. მახარობლიძე თ. ბასკური და ქართველური დესტინაციური სისტემების ტიპოლოგია, თბილისი, მეთოდური ჟურნალი „მერმისი“ 6-7, 2006.
8. რუხაძე ჯ. ბუნების ძალთა აღორძინების ხალხური დღესასწაული საქართველოში ბერიკაობა-ყეენობა, თბილისი, „ინტელექტი“ 1999.
9. საქართველოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა (შეიცანი და დაიცავი), საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს იუნესკოსა და საერთაშორისო ურთიერთობების სამსახურის მიერ მომზადებული ბროშურა, თბილისი 2012.
10. სტოველი ჰ. რისკითვის მზადყოფნა – მსოფლიო კულტურული მემკვიდრეობის მენეჯმენტის სახელმძღვანელო, თბილისი, “ნეკერი“ 2007.
11. სურგულაძე ი. მითოსი, კულტი, რიტუალი, თბილისის უნივერსიტეტის გამომცემლობა, თბილისი 2003.
12. ტუროპერეიტინგი - საქმიანობის ორგანიზაცია: (დამხმარე სასწავლო-მეთოდური მასალა ე.ილინას წიგნის ”ტუროპერეიტინგი“ მიხედვით). ნაწილი I „ტუროპერეიტინგის საფუძვლები /შემდგენელი: კობა არაბული; ილია ჭავჭავაძის სახელმწიფო უნივერსიტეტი, ბიზნესისა და სამართლის ფაკულტეტი, ტურიზმის მენეჯმენტის ცენტრი. თბილისი 2006.

13. ტრადიციული რეწვა საქართველოში სექტორის კომპლექსური კვლევა და განვითარების სტრატეგია, ხელოვნების საერთაშორისო ცენტრი 2013.

14. ტულუმი მ., საბიუჯეტო-სატრანსფერო პოლიტიკა და მისი სრულყოფის მიმართულებები, ადგილობრივი თვითმმართველობის სუბიექტების განვითარების ეკონომიკური სტრატეგია; „ადგილობრივი თვითმმართველობის სუბიექტების განვითარების ეკონომიკური სტრატეგია“, თეუსუ, კრებული, თავი, I, პ.1,3, თბ., 2008;

15. ტულუმი მ. მუნიციპალური მენეჯმენტი, „ადგილობრივი თვითმმართველობის სუბიექტების განვითარების ეკონომიკური სტრატეგია“, თეუსუ, კრებული, თავი, V, პ.5.3, თბ., 2008;

16. ტულუმი მ. კულტურის სფეროს ფინანსური უზრუნველყოფის რეგულირებისათვის, ჟურნ. „ეკონომიკა და ბიზნესი“ № 5, 2013;

17. ტულუმი მ. კულტურის სფეროს სახელმწიფო დაფინანსების რეგულირებისათვის, საქართველოს თეატრისა და კინოს სახელმწიფო უნივერსიტეტის 90 წლისთავისადმი მიძღვნილი კონფერენციის მასალები, თბ., 2014;

18. ტულუმი მ. მართვის ფუნქციების მართებულად გაგებისათვისათვის, აკადემიკოს პაატა გუგუშვილის დაბადებიდან 110-ე წლისთავისადმი მიძღვნილი საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენციის მასალების კრებული: „ეროვნული ეკონომიკების მდგრადი განვითარების აქტუალური პრობლემები. თბილისი, 2015 (10-11 ივლისი), გვ.,246-250;

19. ტულუმი მ., ყირიმლიშვილი ნ. მენეჯმენტი (ლექციების კურსი), თბ., 2011.

20. ფილდენი ბ. მ., იოკილეტო ი. მსოფლიო მემკვიდრეობის ღირსშესანიშნავი ადგილების მართვის სახელმძღვანელო პრინციპები, თბილისი, „ნეკერი“ 2007.

21. ფირალიშვილი ზ., ლოღობერიძე ლ., კოკოჩაშვილი მ., გოცაძე თ., ფეიქრიშვილი ქ., გლურჯიძე შ., ფირალიშვილი ლ., ელიზბარაშვილი ე., ჭიჭინაძე გ. ქართული კულტურის დღევანდელი მდგომარეობა და მისი განვითარების კონცეფცია, 2012.

22. ქობლიანიძე თ., მელაძე მ., ტურიზმისა და მასპინძლობის მენეჯმენტი, თბილისი, კავკასიის საერთაშორისო უნივერსიტეტი 2012.

23. ქეიჯუდი მ. ქართული კულტურული მემკვიდრეობა, როგორც ეკონომიკური რესურსი, ქართული ხელოვნება ევროპისა და აზიის კულტურათა კონტექსტში, თეზისები, ვ. ბერიძის სახელობის ქართული ხელოვნების საერთაშორისო სიმპოზიუმი, თბილისი 2008.

24. ღვინჯილია მ. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მართვის ასპექტები ტურიზმში, სახელოვნებო მეცნიერებათა ძიებანი #1 (58), 2014, გვ.163-172.

25. ღვინჯილია მ. ისტორიული ეპოქის გაცოცხლებისა და სამუზეუმო ანიმაციის როლი ტურიზმში, საერთაშორისო სამეცნიერო კონფერენცია სეუ 2015, 26-27 ივნისი, 2015.
26. ღვინჯილია მ. თამაში ტურიზმში, როგორც ანიმაციური საქმიანობის ეფექტური ფორმა სამეცნიერო შრომების კრებული “მერმისი”, VII ნომერი, 2013, 6 გვ.
27. ღვინჯილია მ. ტურიზმში ანიმაციურ-თეატრალიზებული პროგრამების დრამატურგია, ჟ. “ეკონომიკა და ბიზნესი”, V საერთაშორისო სამეცნიერო-პრაქტიკული კონფერენცია, 5-6 ივლისი, 2014, გვ. 302-309.
28. ღვინჯილია მ. ცოცხალი ტრადიციების ტურისტული ღირებულება, “სახელოვნებო მეცნიერებათა ძიებანი” #3 (64), 2015, გვ.149-161.
29. შიშნიაშვილი ნ. ქართული ხალხური მოძრავი თამაშობანი. სახელმწიფო გამომცემლობა „საბჭოთა საქართველო“, თბ., 1958.
30. შუბლაძე გ., დოლიკაშვილი ლ., ჯოლია გ., ჩეკურიშვილი ნ. ტურიზმის მენეჯმენტი, თბილისი, „უნივერსალი“ 2008.
31. წერეთელი ი., კაკიტელაშვილი ქ. კულტურა და მოდერნიზაცია: სალექციო კურსი სოც. მეცნ. მაგისტრატურისათვის / თბ.: სოციალურ მეცნიერებათა ცენტრი, 2006.
32. ჯანელიძე დ. ქართული თეატრის ისტორია. წიგნი პირველი, ხალხური საწყისები, გამომცემლობა „განათლება“, თბილისი 1983.
33. ჰიგენი ა. კულტურული მემკვიდრეობის მართვის სახელმძღვანელო პრინციპები და წესები, თბილისი 2011.
34. Белугина Г.К. Актуализация нематериального культурного наследия в музейно-выставочной и туристско-рекреационной деятельности : на примере Ивановской области, Ярослав 2011.
35. Forster, S., Gruber, S., Roffler, A. &Güpfert, R. Tourismus ---ganz natürlich: Von der Idee über die Marktanalyse zum natur- und kulturnahen Tourismusangebot. Biel/Wergenstein: Sanu & Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften, 2011.
36. Haldemann O. Lebendige Traditionen im Schweizer Tourismus, Wallis 2012.
37. Hill A.V. The Encyclopedia of Operations Management: A Field Manual and Glossary of Operations Management Terms and Concepts (FT Press Operations Management) Paperback – July 31, 2011.

38. Kagermeier A., Steinecke A. Kultur als touristischer Standortfaktor, Potenziale – Nutzung – Management, Paderborner Geographische Studien zu Tourismusforschung und Destinationsmanagement, Paderborn 2011.

39. Letzner V. Immaterielles Kulturerbe als Attraktor im Umfeld des „existential tourism“ und Inventarisierungsmöglichkeiten gemäß der UNESCO 2003er-Konvention am Beispiel Bayern, Paderborner Geographische Studien zu Tourismusforschung und Destinationsmanagement, Paderborn 2011.

40. Luger K. Tradition, Ritual, Inszenierung. In K. Luger & K. Wühler (Hrsg.), Kulturelles Erbe und Tourismus: Rituale, Traditionen, Inszenierungen (S. 13-45). Innsbruck: Studienverlag, 2010.

41. Martin L., Roch-Kospach., Schwarz D.M. Touristisches Potential des immateriellen Kulturgutes in Österreich, Studie, Mai 2010.

42. Petroman I., Petroman C. Types of Cultural Tourism, Petroman I. et. al./ Scientific Papers: Animal Science and Biotechnologies, 46 (1) 2013.

43. Taufer, B., Camp M., Emmenegger C, Weber F., Wydler C. Lebendige Traditionen Und Tourismus: Ein Leitfaden zur Angebotsgestaltung und -vermarktung, Hochschule Luzern, 2012.

44. World Tourism Organization, Communicating Heritage – A Handbook for the Tourism Sector, UNWTO, Madrid 2011.

45. World Tourism Organization, Tourism and Handicrafts – A Report on the International Conference on Tourism and Handicrafts, UNWTO, Madrid 2008.

46. World Tourism Organization, Tourism and Intangible Cultural Heritage, UNWTO, Madrid 2012

კანონები, კონვენციები, დებულებები

47. საქართველოს კონსტიტუცია, მიღებულია 1995 წლის 24 აგვისტოს.

48. საქართველოს კანონი კულტურული მემკვიდრეობის შესახებ, თბილისი, 2007წ. 8 მაისი.

49. საერთაშორისო კონვენცია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის შესახებ, პარიზი, 2003 წ. 17 ოქტომბერი, რატიფიცირებულია საქართველოს პარლამენტის 2007 წლის 4 დეკემბერის N 5535 – II ს დადგენილებით.
50. საქართველოს კულტურის სტრატეგია-„კულტურა 2025“, საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტრო, 2016.
51. კულტურული მრავალფეროვნების უნივერსალური დეკლარაცია, დამტკიცებულია UNESCO-ს გენერალური კონფერენციის 31-ე სხდომის მიერ, პარიზი, 2001 წლის 2 ნოემბერი, UNESCO.
52. საქართველოს კულტურის პოლიტიკის კონცეფცია, საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამინისტრო, 2013 წლის ივლისი.
53. საქართველოს კანონი ტურიზმისა და კურორტების შესახებ, საქართველოს პარლამენტის უწყებანი, 1997, #13/14.
54. ტურიზმის გლობალური ეთიკის კოდექსი, დამტკიცებულია A/RES/406(XIII) რეზოლუციით, მსოფლიო ტურიზმის ორგანიზაციის World Tourism Organisation WTO გენერალური ასამბლეის მე-13 სესიაზე (ქ. სანტიაგო, ჩილე, 1999 წლის 1 ოქტომბერი).
55. საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის ეროვნული პოლიტიკა, ICOMOS საქართველო, თბილისი 2014.
56. საქართველოს პრეზიდენტის ბრძანებულება №94 1998 წლის 22 თებერვალი, ქ. თბილისი, “ საქართველოში ტურიზმისა და კურორტების განვითარების ღონისძიებათა შესახებ“.
57. საჯარო სამართლის იურიდიული პირის–„საქართველოს კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის ეროვნული სააგენტოს“ დებულება, საქართველოს კულტურისა და ძეგლთა დაცვის მინისტრის ბრძანება №05/11, 2015 წლის 3 თებერვალი, ქ. თბილისი.
58. საჯარო სამართლის იურიდიული პირის – საქართველოს ტურიზმის ეროვნული ადმინისტრაციის დებულება, საქართველოს ეკონომიკისა და მდგრადი განვითარების მინისტრის ბრძანება № 1– 1/131, 2012 წლის 17 იანვარი, ქ. თბილისი.
59. ნარას დოკუმენტი ავთენტურობის შესახებ, K.E. Larsen (ed.) Nara Conference on Authenticity/ Conference de Nara sur l’Authenticite, Japan/ 1994, UNESCO, ICCROM, ICOMOS, Agency for Cultural Affairs, Japan, 1995, XXI-XXV.
60. ქ. ბათუმის მუნიციპალიტეტის მერის ადმინისტრაციის დებულება, ქ. ბათუმის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს დადგენილება, 2014 წლის 29 აგვისტო N22.

61. თელავის მუნიციპალიტეტის გამგეობის ადმინისტრაციული სამსახურის დებულება, თელავის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს დადგენილება №28, 2010 წლის 16 ნოემბერი, ქ. თელავი.

62. თვითმმართველი ქალაქი თელავის მუნიციპალიტეტის მერიის დებულება, ქალაქ თელავის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს დადგენილება №2, 2014 წლის 3 აგვისტო.

63. მცხეთის მუნიციპალიტეტის გამგეობის დებულება, მცხეთის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს დადგენილება № 3 2011 წლის 21 იანვარი ქ. მცხეთა.

64. ქალაქ მცხეთის მუნიციპალიტეტის მერიის განათლების, კულტურის, ტურიზმის, სპორტისა და ახალგაზრდულ საქმეთა სამსახურის დებულება, დამტკიცებულია ქალაქ მცხეთის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს 2015 წლის 26 მარტის N 17 დადგენილებით.

65. ზუგდიდის მუნიციპალიტეტის გამგეობის კულტურის, განათლების, სპორტის, ძეგლთა დაცვის ახალგაზრდულ საქმეთა და სოციალური დაცვის სამსახურის დებულება, ზუგდიდის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს დადგენილება №29, 2014 წლის 5 სექტემბერი, ქ. ზუგდიდი.

66. ქალაქ ზუგდიდის მუნიციპალიტეტის მერიის კულტურის, განათლების, სპორტის, ძეგლთა დაცვის და ახალგაზრდულ საქმეთა სამსახურის დებულება, ქალაქ ზუგდიდის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს დადგენილება №12, 2014 წლის 1 აგვისტო, ქ. ზუგდიდი.

67. ქალაქ ქუთაისის მუნიციპალიტეტის მერიის სტრუქტურული ერთეულის - კულტურის, სპორტის, განათლების, ძეგლთა დაცვისა და ახალგაზრდობის საქმეთა სამსახურის დებულება, ქალაქი ქუთაისის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს დადგენილება №10, 2014 წლის 16 ივლისი, ქ. ქუთაისი.

68. ქალაქ ფოთის მუნიციპალიტეტის მერიის განათლების, კულტურისა და ძეგლთა დაცვის სამსახურის დებულება, ქალაქ ფოთის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს დადგენილება №8/37, 2014 წლის 29 სექტემბერი, ქ. ფოთი.

69. დუშეთის მუნიციპალიტეტის განათლების, კულტურის, სპორტისა და ახალგაზრდობის საქმეთა სამსახურის დებულება, დუშეთის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს დადგენილება №29, 2013 წლის 12 ივნისი, ქ. დუშეთი.

70. ქალაქ ქუთაისის მუნიციპალიტეტის მერიის სტრუქტურული ერთეულის - კულტურის, სპორტის, განათლების, ძეგლთა დაცვისა და ახალგაზრდობის საქმეთა სამსახურის დებულება, ქალაქი ქუთაისის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს დადგენილება №10, 2014 წლის 16 ივლისი, ქ. ქუთაისი.

71. ქალაქ ქუთაისის მუნიციპალიტეტის მერიის მოსამსახურეთა თანამდებობრივი სარგოს ოდენობის შესახებ, ქალაქი ქუთაისის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს დადგენილება №86, 2015 წლის 25, მარტი, ქ. ქუთაისი.

72. მცხეთის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს თანამდებობის პირთა და აპარატის საჯარო მოსამსახურეთა თანამდებობრივი სარგოების შესახებ, მცხეთის მუნიციპალიტეტის საკრებულო დადგენილება №3, 2014 წლის 08 აგვისტო, ქ. მცხეთა.

73. თელავის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს და გამგეობის საჯარო მოსამსახურეთა თანამდებობრივი სარგოების ოდენობის განსაზღვრის შესახებ, თელავის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს დადგენილება №6, 2013 წლის 15 თებერვალი, ქ. თელავი.

74. ზუგდიდის მუნიციპალიტეტის გამგეობის თანამდებობის პირთა და სხვა მოსამსახურეთა თანამდებობის რანგირების, თანამდებობრივი სარგოების ოდენობის განსაზღვრისა და საშტატო ნუსხის დამტკიცების თაობაზე, ზუგდიდის მუნიციპალიტეტის საკრებულოს დადგენილება №45, 2015 წლის 29 დეკემბერი, ქ. ზუგდიდი.

ელექტრონული რესურსები

1. <http://abrahampath.org/>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
2. <http://www.advantour.com/uzbekistan/bukhara/exhibitions/silk-and-spices.htm>-
უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
3. <http://africalia.be/en/what-we-do/senegal/fesfop/>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
4. <http://www.andamancommunitytourism.com/andaman-coast-about-nact.php>-
უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
5. http://artefact.mi2.hr/a04/lang_en/theory_robertson_en.htm-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
6. <http://www.artisansdangkor.com/>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
7. <http://www.au-senegal.com/IMG/pdf/repertoire-exportateurs-senegal-2014.pdf>-
უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
8. <http://www.barcelona.de/en/barcelona-castellers-human-towers.html>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
9. <http://belarustourism.by/see/unesco/>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.

10. <https://www.bendigotourism.com/bendigo-cbd/golden-dragon-museum>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
11. http://www.botswanacraft.bw/shop/bskt_info2_pg.html-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
12. <http://business.croatia.hr/Documents/1359/Croatian-Cultural-Heritage-2011.pdf>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
13. http://chiefroimatasdomain.com/?page_id=14-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
14. <http://www.chinahighlights.com/travelguide/culture/folk-music.htm>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
15. http://www6.cityu.edu.hk/edge/conference2012/presentation_material/16-PPT.pdf-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
16. <http://www.creativlena.com/en/travel-blog/community-based-tourism-in-peru-visiting-titicaca-lake/>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
17. <http://www.danubecc.org/upl/RER/Roman%20Emperors%20Route%20Handbook%20Mngmnt%20Vis.pdf>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
18. http://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2837&context=isp_collection-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
19. http://www.dubai.com/v/shopping_centres/-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
20. <http://www.getyourguide.com/manaus-1917/manaus-one-day-river-tour-t31035/>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
21. <http://www.gnta.ge>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.12.2015.
22. <http://gobatumi.com/ge/what-to-do/sightseeing-and-culture?pid=1400&gid=7&ppid=209>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
23. <http://www.heritagesites.ge>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
24. <https://ichgeorgia.wordpress.com/category>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
25. http://www.jnto.go.jp/eng/location/regional/saga/arita_imari.html-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.

26. <http://www.lahijadelalfarero.com/english/about-queretaro-mexico/>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
27. <http://www.kapurthala.net.in/index.php?action=culture>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
28. <http://www.khwattu.org/>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
29. <http://www.korea.net/NewsFocus/Culture/view?articleId=100749>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
30. http://www.kozaraethno.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=190:zavr%C5%A1en-7-kozarski-etno-2011&lang=en-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
31. www.lebendige-traditionen.de-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
32. http://www.magikwand-webdesign.com/patua_eng.html-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
33. <http://www.mint.hr/UserDocsImages/TOURISM-FINAL-2010.pdf>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
34. http://www.newworldencyclopedia.org/entry/African_dance-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
35. <http://www.nps.gov/jazz/index.htm>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
36. <http://www.pie-peru.com/en/details/community-based-experience-in-llachon-lake-titicaca.html>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
37. <http://www.pricetravel.com/bernal-surroundings-and-legends-of-queretaro-promo-tur>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
38. <http://www.robber-island.org.za>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
39. <http://www.rutalquesuyasidra.com>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
40. <http://www.sauditourism.sa/en/About/Pages/he-7.aspx>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
41. <http://www.scta.gov.sa/en/Programs-Activities/Programs/Pages/Souk-Okaz.aspx>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
42. <http://www.serianuk.org.uk/>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
43. <http://www.southafrica.net/za/en/articles/entry/article-southafrica.net-historical-robber-island>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.

44. <http://www.specialtours.hu/tours/winetours/VillanyWineRoute.php>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
45. <http://tangousachampionship.com/>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
46. <http://www.tourstouzbekeistan.com/en/news/international-festival-silk-and-spices-in-bukhara.html>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
47. <http://traditions.cultural-china.com/en/17Traditions3391.html>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
48. <http://www.travelchinaguide.com/cityguides/macau/shopping.htm>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
49. <http://www.travelandtransitions.com/our-travel-blog/asturias-2010/spain-asturias-picos-de-europa/2/>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
50. <http://en.trekaleyin.com> -უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
51. http://www.tripadvisor.com/Attraction_Review-g256205-d256763-Reviews-Uluru-Uluru_Kata_Tjuta_National_Park_Red_Centre_Northern_Territory.html-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
52. <http://www.turismocomunitario.cl/wp-content/uploads/2011/08/Trekaleyin.pdf>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
53. http://www.unesco.org/culture/intangible-heritage/05eur_uk.htm-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
54. <http://www.unesco.org/culture/ich/?topic=mp&cp=KR>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
55. <http://www.unesco.kz/new/en/culture/news/2273>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
56. <http://www.vergemagazine.com/program-search/volunteer-abroad/aang-serian-house-of-peace-volunteer-programme.html>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
57. <http://villanyiborvidek.hu/en>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
58. <http://www.vilnius-events.lt/en/events/kaziukas-fair>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
59. <http://www.visitbelgium.com/?page=unesco-sites>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.

60. <http://www.visitlithuania.net/index.php/events/108-other-events/349-st-casimirs-fair-weekend>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
61. <http://www.welcomeargentina.com/tango/tango-world-cup.html>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.
62. <http://whc.unesco.org/en/list/669>-უკანასკნელად გადამოწმებულ იქნა 15.06.2015.

დანართი 1.

ტურიზმში არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის გამოყენების საუკეთესო მაგალითები

იუნესკოს კონვენციის რატიფიცირების შემდეგ შვეიცარიამ შექმნა ქვეყნის ცოცხალი ტრადიციების სია, რომელიც ამ დროისათვის 167 ტრადიციას მოიცავს, რომლებიც ერთობლივად ამოარჩიეს კულტურისა და ტურიზმის სფეროს წარმომადგენლებმა და განათავსეს საიტზე www.lebendige-traditionen.de. ერთ-ერთი მათგანია **Entlebucher Alpabfahrt**. Alpabfahrt Sorenberg-Schupfheim არის ერთ ერთი ყველაზე დიდი საჯარო ღონისძიება ენტლემუხის რეგიონში. სექტემბრის ბოლოს, წინასწარ განსაზღვრულ რიცხვში მათ რეგიონში უკან ბრუნდება შვიდი ალპური ოჯახი ყვავილებით შემკულ პირუტყვთან ერთად. „ალპელების“ Schupfheim-ში შესვლისას მაცურებელს ართობენ კოსტუმირებული ჯგუფები, ფოლკლორული ანსამბლები. ღონისძიების დასასრულს იმართება ყველისა და რეგიონული პროდუქტების ბაზრობა. როცა კარგი ამინდია დაახლოებით 8000 ადამიანი ესწრება ალპაბფარტს(Alpabfahrt). ვიზიტორების საერთო რაოდენობის დაახლოებით ერთი მესამედი რეგიონიდანაა, დანაჩენი სტუმრები კი ავსტრია, გერმანია და სხვა ქვეყნებიდან ჩამოდის. ვიზიტორების სიმრავლე და ინტერესი მათი ტრადიციისადმი ადგილობრივ მოსახლეობას სიამაყის გრძნობას უმაღლებს. არამატერიალური მოთხოვნა უფრო ფასეულია, ვიდრე 500 CHF, რასაც ვიზიტორები აქ ხარჯავენ. სოციალური მიზნებისთვის-საქველმოქმედოდ 5 CHF-ად იყიდება ხისგან დამზადებული „პლაკეტები“. ღონისძიების მარკეტინგისთვის, ბროშურებზე, სატელევიზიო რეკლამებში გამოიყენება Entlebucher-ის ლოგო.

მსოფლიოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სიაში იუნესკოს ექსპერტთა მიერ შეტანილ იქნა ბელორუსის ულამაზესი ცერემონია «**Колядные цари**». ამ თეატრალური წარმოდგენის ჩატარების ტრადიცია შობის ღამეს (13 დან 14 იანვარი) წარმოიშვა მინსკის რეგიონში სოფელ Семежево-ში და უკვე ორ საუკუნეზე მეტია რაც ტარდება. ინფორმაცია დევს ბელარუსის ტურიზმის ეროვნული სააგენტოს ვებგვერდზე,⁵² რაც ქვეყანაში ჩასვლის მსურველს ადგილობრივ ტრადიციებისა და ჩვეულებების გაცნობის საშუალებას აძლევს.

ავსტრიაში 2009 წელს მოხდა კონვენციის რატიფიცირება და მას შემდეგ შეადგინეს ავსტრიის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სია.⁵³ კულტურისა და ტურიზმის

⁵² <http://belarustourism.by/see/unesco/> უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 07.06.2015

⁵³ <http://immaterielleskulturerbe.unesco.at/cgi-bin/unesco/element.pl?intro=1&lang=de> უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 07.06.2015

სფეროს წარმომადგენელთა მიერ ამორჩეულ და გავრცელებულ იქნა 38 ტრადიცია სურათებითა და ტექსტით ავსტრიის რეკლამისთვის. **Heiligenbluter Sternsinger** –სავარაუდოდ მე-16 საუკუნეში წარმოიშვა ავსტრიაში და ძირითადი ფორმა დღემდე შენარჩუნებულია. ვარსკვლავის სიმღერა და ლოცვა **Christus Mansionem Benedicat** დღემდე არის ამ ტრადიციის შემადგენელი ნაწილი. მოსახლეობის იდენტიფიკაცია ამ ტრადიციასთან მაღალია. ადგილობრივი დამქირავებლები ამ სიმღერის შესასწავლად თანამშრომლებს თავისუფალ დროს აძლევენ. ტურისტები ჩამოდიან Heiligenblut–ში ამ ღონისძიებაზე დასასწრებად. ეს ტრადიცია უცვლელი ფორმით დღესაც ტარდება.

კასტელი⁵⁴ (castells) ან „ადამიანების პირამიდა“ – ადამიანების კოშკი, რომელსაც აღმართავენ ტრადიციული ფესტივალის დროს კატალონიაში. ტრადიციას სათავე დაედო ტარაგონის პროვინციაში და ფართოდ გავრცელდა სამხრეთ კატალონიაში. ისევე როგორც ვალენსიური მუიშერანგა კასტელიც წარმოიშვა ძველი რელიგიური ცეკვისაგან, მაგრამ ვალენსიური ვარიანტისაგან განსხვავებით დაკარგა რელიგიური და ცეკვის ელემენტები. კასტელიორები ფოკუსირებულნი არიან მხოლოდ მყარი "ციხესიმაგრის" აგებაზე. მათ აცვიათ თეთრი შარვლები და წელზე აუცილებლად შავი სარტყელი უკეთიათ, რომელიც მაღლა ასვლისას ხელის მოსაჭიდად გამოიყენება. ეს ტრადიცია დღესაც ტარდება ბარსელონაში.(2010 წლის 16 ნოემბერს ძველი აღიარეს არამატერიალური კულტურის ძეგლად). ღონისძიებაზე დასასწრებად ჩამოდიან ტურისტები ესპანეთის რეგიონებიდან და სხვადასხვა ქვეყნებიდან.

პეჩუინების ტურისტული მარშრუტები, ტრეკალეინი (Trekaleyin), ჩილე

რეგიონალური კავშირის დაარსების კიდევ ერთი მაგალითია ადგილობრივი საზოგადოების ხელშეწყობა ჩილეში ტურისტული პროდუქტების შექმნისათვის, რომელიც ნათელჰყოფს პროვინციებზე კოორდინირებულ ტურისტული პროდუქტების შექმნის აუცილებლობას, იმისათვის, რომ წახალისდეს სოციალურად პასუხისმგებელი ტურიზმი, ადგილობრივი გიდების მომზადება და დასაქმება, ვაჭრობა და განსხვავებული კულტურების პატივისცემა:

ცნობილი, როგორც „the Red de Senderos Turisticos Pewenche Trekaleyin“⁵⁵, სამარშრუტო გზა მდებარეობს ბიო-ბიოში, ჩილეს ადმინისტრაციულ რეგიონში. მხარე დასახლებულია ოთხი

⁵⁴ <http://www.barcelona.de/en/barcelona-castellers-human-towers.html>– უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 07.06.2015

⁵⁵ <http://www.turismocomunitario.cl/wp-content/uploads/2011/08/Trekaleyin.pdf>–უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 07.06.2015

ძირძველი მაპუჩეს თემით (რომლებმაც შექმნეს ტურისტული მარშრუტები 9-დან 20 კმ-მდე, რომლებიც შესაძლებელია გაერთიანდნენ უფრო დიდი მოგზაურობისათვის: მაგალითად 10 კმ დღის ტურისათვის ან 100 კმ მთის გავლით 6 დღე და 5 ღამე. ყველაზე გავრცელებული ტურები არის 25 დღიანი).

წლების განმავლობაში მიმდინარეობდა მოსამზადებელი სამუშაოები და 2008 წელს პროექტი ამოქმედდა SERNATUR-ისა(ტურიზმის ეროვნული სამსახური) და ჩილეს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციის დახმარებით.

„Trekaleyn“ ჩამოყალიბდა ასოციაციად ზემოთ ხსენებულ საზოგადოებებს შორის. მისი დაფუძნებიდან მოყოლებული, დაინტერესებულ მხარეებს შორის იყვნენ კომუნების ლიდერები, რომლებიც პასუხისმგებელი იყვნენ ორგანიზაციის ადგილობრივ ოფისთან და ადგილობრივ კოორდინატორებთან, ასევე ყველას მიმართ ვინც იღებდა პროფესიონალურ დახმარებას „Servicio Pais“(ქვეყნის სამსახურის) მეშვეობით. როგორც ასეთი, Trekaleyn არ შეიძლება მივიჩნიოთ მხოლოდ კომუნალურ პროექტად, უფრო ზუსტად იგი უნდა განვიხილოთ, როგორც საჯარო-კერძო-საზოგადოებრივი პარტნიორობა. ტექნიკური დახმარება უზრუნველყოფილი იყო ადგილობრივი მოსახლეობისათვის. საქმე ეხებოდა სხვადასხვა სახის დაფინანსებას, პროექტს ჰქონდა შესაძლებლობა სხვადასხვა წყაროს მეშვეობით დაფინანსებულიყო. თითოეულ გაერთიანებაში იყო 15-20 მეწარმე და ხუთი გიდი. უკანასკნელი ძირძველი „Trekaleyn“-ის ასოციაციის წევრები იყვნენ და აგრეთვე შეეძლოთ ექსკურსიების დამოუკიდებლად მოწყობა.

პროგრამა გვთავაზობს მაპუჩეს კულტურის გაცნობის ალტერნატიულ საშუალებას ტრადიციული, სათავდაგასავლო და ბუნებაზე დაფუძნებული აქტივობებით. უნიკალურობა არის პეჩინი ხალხის ურთიერთობის შესაძლებლობა მათ მშობლიურ მიწაზე. არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობასთან დაკავშირებული მოქმედებები მოიცავს: ზეპირსიტყვიერ ტრადიციებს და გამოცდილებებს: სხვა მაპუჩეს ტომებისაგან განსხვავებით ჩილეში, მაპუჩეს ენა ბიო-ბიოში კვლავ ცოცხალია. ყველა ტურიზმის უზრუნველმყოფელი (გიდი, მზარეული,საცხოვრებლის მეპატრონე) მეტყველებს ამ ენაზე, და ტურისტებს მისი საფუძვლების შესწავლას სთავაზობს. მითების, ლეგენდებისა და ტრადიციული ისტორიების გაზიარება აყალიბებს ტურისტული გამოცდილების მთავარ ელემენტებს.

მუნიციპალურ დონეზე არსებობს ასოციაციებისა და სტრატეგიული გაერთიანებების შექმნის ბერკეტი ტურისტულ მხარეებს, ბიზნესსა და ხელისუფლებას შორის. შეიძლება რესურსებისა და პროგრამების შექმნა, რომლებიც მიზნად ისახავს გაერთიანებების გაუმჯობესების

შესაძლებლობას, განსაკუთრებით ქალებისა და ახალგაზრდების, საკვალიფიკაციო სემინარებისა და კულტურული გაცვლის ვიზიტების გზით. მუნიციპალური დონის მმართველობას ასევე შეუძლია ხელი შეუწყოს აქტივობების გაზრდას და ადგილობრივი გეგმის განმტკიცებას, რომელიც იძლევა კულტურული გარემოსა და არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის დაცვის შესაძლებლობას. ამ ორგანოებს აგრეთვე შეუძლიათ შექმნან ინფრასტრუქტურა, რათა მომავალში ხელი შეუწყონ ქსელის ახალ დონეზე დახმარებას, მაგალითად რეწვის, საკვებისა და ტრანსპორტის მხრივ.

ზოგიერთ ქვეყანაში ბაზრის შესწავლაზე ყურადღების მიქცევამუნიციპალურ დონეზეა მნიშვნელოვანი, მაგალითად იტალიასა და ნორვეგიაში. ადგილობრივი ტურიზმის წარმომადგენლები ჩართულნი უნდა იყვნენ ბაზრის შესწავლის პირდაპირი პოლიტიკის უზრუნველყოფასა და ადგილობრივი პერსპექტივების დაგეგმვაში. ქალაქის მერია აგრეთვე უნდა თანამშრომლობდეს ტურიზმის ხელმძღვანელობასთან, რათა მოხდეს ტურისტული გადასახადებიდან მიღებული შემოსავლების ადგილობრივ დონეზე გამოყენება(რეინვესტირება), აგრეთვე თანამშრომლობის ფორმირება, რომლებიც უზრუნველყოფს ფინანსური რესურსების მოძიებას. მუნიციპალური დონის თანამშრომლობის მაგალითია ამერიკის შეერთებული შტატების ეროვნული პარკის სამსახური, მთავარი საჯარო მიწის ხელმძღვანელობა, რომელიც მართავს ურბანულ კულტურულ პარკებს, რეკრეაციულ ზონებს და ბუნებრივი მემკვიდრეობის პარკებს ნიუ ორლეანის საკრებულოსთან ერთად, რომლის შედეგადაც ჩამოყალიბდა ნიუ ორლეანის ჯაზის პარკი⁵⁶.

ნიუ ორლეანის ჯაზის ეროვნული ისტორიული პარკი, ამერიკის შეერთებული შტატები

პარკის სათავე ამჟამად მდებარეობს ნიუ ორლეანის ფრანგული კვარტალის შენობაში. ტურისტული ცენტრი, ხუთი სრულ განაკვეთზე მომუშავე დასაქმებულთ, მოიცავს წარმოდგენების სივრცეს, გამოფენების სივრცეს, ინფორმაციულ დაფას და წიგნების მაღაზიას. ამ სივრცის ნაწილი მოიცავს ლუის ამსტრონგის პარკს, რომელსაც აქვს დამატებითი საშემსრულებლო აღჭურვილობები. ამ უკანასკნელში არსებობს ნიუ ორლეანის ჯაზის ეროვნული ისტორიული პარკის გაერთიანების გეგმა.

პარკი დაარსდა 1994 წლის ოქტომბერში და 2000 წელს ეროვნული პარკის სამსახურმა გააფორმა 99 წლიანი იჯარის ხელშეკრულება ნიუ ორლეანთან ლუის ამსტრონგის პარკის ნაწილის

⁵⁶<http://www.nps.gov/jazz/index.htm>—უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული - 07.06.2015

განვითარებისათვის. მან მაშინვე შექმნა დროებითი ტურისტული შესაძლებლობანი. ასევე შეიქმნა 17 წევრიანი ნიუ ორლეანის ჯაზის კომისია. ეს არის დამოუკიდებელი ორგანო, რომელიც შეიქმნა ჯაზის პარკის მთავარი მმართველობის გეგმისათვის რეკომენდაციების გასაწევად, გეგმის შეთავაზებების საჯარო დისკუსიებში მონაწილეობისათვის და ეროვნული პარკის სამსახურის დასახმარებლად სხვადასხვა დაინტერესებულ მხარეებთან ბიზნეს და ეკონომიკური ინტერესების გათვალისწინებით, ნიუ ორლეანის ჯაზის ისტორიის კვლევისათვის საჭირო თანხების მოსაძიებლად.

მას შემდეგ, რაც 2000 წელს დროებითი ტურისტული ცენტრი გაიხსნა, თანამშრომლებმა ჩამოაყალიბეს პარტნიორობა ადგილობრივ სოციალურ ორგანიზაციებთან, ჯაზის კლუბთან, მუსიკოსებთან, სკოლებთან, კოლეჯებთან, სამოქალაქო ფონდებთან და კომპეტენტურ ქალაქის, ქვეყნისა და ფედერალურ სააგენტოებსა და კომისიებთან. ამ თანამშრომლობამ შესაძლებლობა მისცა ამ უკანასკნელს, მოეპოვებინა ისტორიული რესურსები, კოორდინაცია გაეწია საგანმანათლებლო რესურსებისათვის და უზრუნველყო მოქმედებების ფართო სპექტრი.

ნიუ ორლეანის ისტორიულმა და ეთნიკურმა მრავალფეროვნებამ განსხვავებული ტრადიციების კულტურული თანამშრომლობისა და ევოლუციის საქმეში ნამდვილი სამოთხე შექმნა, რომელიც ღვივდებოდა აფრო-ამერიკულ საზოგადოებაში. პარკში სამუშაო საათებში გამოფენილია ექსპონატები, შექმნილია სპეციალური რეინჯერების პროგრამა და ის მასპინძლობს ცოცხალი მუსიკის შესრულებებს; ასევე სთავაზობს ჯაზის ისტორიის ფეხმავალ ტურებს, აუდიო თხრობითა და ბროშურებით, რომლებიც ხელმისაწვდომია ტურისტების ინფორმაციულ ცენტრებსა და პარკის ვებგვერდზე. აქვთ ყოველკვირეული პროგრამა ბავშვებისათვის და ზრდასრულებისთვისაც. გარდა ამისა, შაბათის კონცერტებში მონაწილეობენ ადგილობრივი მუსიკოსები, რაც მათ დამატებით შემოსავალს წარმოადგენს.

საზოგადოება, კულტურული ტრადიციების ძირითადი მატარებლები, შეხედულებების მთავარ წყაროებს იღებს მდგრადი ტურისტული პროდუქტებისაგან. რამდენადაც ამ კვლევის უმეტესი ნაწილი ემყარება ორგანიზაციების საქმიანობებს, მნიშვნელოვანია გვახსოვდეს მათი გავლენა. ესე იგი ინდივიდებისა და იმ საზოგადოების მნიშვნელობა, რომელსაც ეს ინდივიდები მიეკუთვნებიან. კარგი მაგალითია დოგონის ქვეყნის (აფრიკა) საზოგადოება, მალიში⁵⁷, მხარე, რომელიც დაზარალდა სპონტანური ტურისტული განვითარებით, მაგრამ რომელიც უფრო მეტად

⁵⁷http://www.newworldencyclopedia.org/entry/African_dance—უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული - 07.06.2015

ორიენტირებული ხდება საზოგადოებაზე არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ტურისტული პროდუქტის განვითარების შემთხვევაში.

ადგილობრივებმა სარგებელი მიიღეს ტურიზმის ინდუსტრიაში ჩართვით, როგორც ეს ოგონომო საეს შემთხვევაში მოხდა- გიდი, რომელმაც დააარსა საკუთარი სოფელი, როგორც არასამთავრობო ორგანიზაცია, რათა დახმარებოდა საკუთარ თემს. საინტერესო საკითხებია- ქალების როლის გაძლიერება საზოგადოებაზე დაფუძნებულ პროექტებში, ტურისტებთან საზოგადოების კულტურული შეხედულებების გაზიარებასა და არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობასთან დაკავშირებული განსაკუთრებული ჯგუფების (მაგალითად, ემიგრანტების) წარმოდგენაში.

მალი, დასავლეთ აფრიკა, Dogon ნიღბებიანი ცეკვა პერფორმანსით

(Bandiagara-Land of the Dragons). ლომომატოში, არის ტურიზმის ბიურო, სადაც განთავსებულია მთავრობა, რომელიც მართავს ამ რეგიონის ტურიზმის პოლიტიკას. დამყარებულია პარტნიორობა საერთაშორისო არასამთავრობო ორგანიზაციებთან, ტურფირმებთან, ადგილობრივ გიდებთან, საჯარო სექტორთან. თანამშრომლობენ ასევე მსხვილ ტურისტულ სააგენტოსთან Dragoman Tours. სახლები სოფლის გასწვრივ ქვისგანაა აშენებული, რასაც თანამედროვეობის კვალი არ ატყვია, ამიტომაც წარმოდგენები ავთენტურ გარემოში ტარდება. ქალები ხშირად ასრულებენ სადამოს მისასალმებელ ცეკვას ან დაკრძალვის რიტუალს. გიდების მოთხოვნით რიტუალური ნიღბიანი ცეკვის მოკლე ვერსიები სრულდება სპეციალურად ვიზიტორებისთვის. მოცეკვავეები ჩვეულებრივ ახალგაზრდა მამაკაცები არიან, რომლებიც ნიღბებს სახეზე კბილებით იჭერენ. ტურისტებს შეუძლიათ ადგილობრივებისგან შეიძინონ ნიღბები, ასევე შედებილი ქსოვილი და მოჩუქურთმებული ხის კარი. ადგილობრივები უპირატესობას ანიჭებენ აწარმოონ მცირე რაოდენობის, მაგრამ ხარისხიანი ნაწარმი. Dogon Country-ის ყოველწლიურად 70 000 ტურისტი სტუმრობს. Dragoman Tours-ის გიდები საუბრობენ ინგლისურად, იაპონურად, პოლონურად და არაბულად. ქალები ცეკვავენ და ყიდიან თავიანთ ხელნაკეთ ნივთებს. ისინი აკონტროლებენ თავიანთ შემოსავალს და ნაკეთობებს (ბამბისა და კერამიკის სუვენირებს) და ინახავენ პირად საცავში. შემოსავლის რა პროცენტი ხმარდება სოფელს პირობების გასაუმჯობესებლად, რთული დასადგენია. ტურისტები ფულს იხდიან კარვის დაქირავებისა და წარმოდგენაზე დასწრებისთვის, რომელიც გამოიყენება ადგილობრივი ინფრასტრუქტურის გასაუმჯობესებლად, როგორცაა გზების, სკოლებისა და საავადმყოფოების მშენებლობა. აქვე არის კერძო საოჯახო ბანაკები. 1996–2010 წლებში Dogon Country-ის კვებისა და

ჯანმრთელობის მდგომარეობის გაუმჯობესების პროგრამები განხორციელდა, სოფლებში დადგეს ნაგვის ურნები, დარგეს ხეები, რათა თავიდან აეცილებინათ გაუდაბნოება. აღსანიშნავია, რომ ტურიზმმა ბიძგი მისცა ოთხი ადგილობრივი მუზეუმის დაარსებას, რომელშიც მოთავსებულ იქნა ხელოვნების ნიმუშები და ნიღბები. Dogon-ის ხელოვნების ბევრი ნიმუში გაიყიდა ტურისტებზე. კულტურაზე უარყოფითი გავლენის შესამცირებლად და მდგრადი განვითარების უზრუნველსაყოფად ტურისტებმა და ტუროპერატორებმა უნდა აიცილონ სუვენირის სახით ფასეული სარიტუალო არტეფაქტების გაყიდვა⁵⁸.

კალათების შემქმნელები ოკავანგოს დელტაში, ბოცვანა⁵⁹

გუმარესა და ეტშას სოფლები მდებარეობს ბოცვანის დასავლეთ მხარეში. ოკავანგოს დელტა, კალაჰარის უდაბნოს მიდამოებში, არის ტრადიციული კალათების მრეწველობის ცენტრი. რამდენადაც ტურიზმის მეტი წილი ბოცვანაში ბუნებასთან ან ველურ სამყაროსთანაა დაკავშირებული, საზოგადოებაზე დამყარებული ეროვნული რესურსების მართვის პროგრამას წარმოადგენს ქვეყნის ტურისტული განვითარების გეგმა, რომელშიც ასახულია ტურისტული განვითარების ფარგლები, კულტურული მემკვიდრეობის ამ თავისებურებათა გათვალისწინებით. ის ეხმარება ადგილობრივ საზოგადოებებს ტურიზმისაგან სარგებლის მიღებაში, ასევე მათ საზოგადოებრივი ორგანიზაციების შექმნაში ან ეტშას სოფლის ბაზრის კოოპერატივისა და ბოცვანის ქრისტიანული საბჭოს ნდობის მოპოვებაში; ადგილობრივ დონეზე აგრეთვე ჩართულნი არიან კერძო კომპანიები, როგორებიცაა ბოცვანის შემოქმედების მარკეტინგის ორგანიზაცია, თავისი გრძელვადიანი მოწყობით ეტშაში, რომლის მეშვეობითაც პროდუქციის შემქმნელები იღებენ თითოეული კალათის ნავაჭრის ღირებულებიდან საფასურს, იმ შემთხვევაში თუ კომპანიის ერთგულნი დარჩებიან. 1980 წლიდან ბოცვანის წარმოებამ დაიწყო დახმარების გაწევა პროდუქციის შემქმნელებისათვის უნარებისა და ხარისხის გასაუმჯობესებლად. შემდგომში, გუნმარის სოფლის პროდუქციის შემქმნელებმა ჩამოაყალიბეს თავიანთი საკუთარი კოოპერატივი, “Ngwao Boswa“, თავისი საკუთარი ოფისითა და ტრენინგ ცენტრით. 1990 წლიდან ბოცვანის ქრისტიანულმა საბჭომ დაიწყო ამ კალათების ყიდვა და გაყიდვა.

⁵⁸ www.unwto.org - უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 07.06.2015

⁵⁹ http://www.botswanacraft.bw/shop/bskt_info4_pg.html - უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 07.06.2015

ხელოვნება, როგორც საარსებო საშუალება. პაპირუსის მხატვრების სოფელი დასავლეთ ბენგალში, ინდოეთი⁶⁰

2004 წელს ნაიას სოფელ პინგლას დასახლებაში (დასავლეთ ბენგალია, ინდოეთი) კოლკატამ დააარსა სოციალური გაერთიანება „ბანგლანატაკი“, რომელმაც წამოიწყო ექსპერიმენტული პროექტი „ხელოვნება, როგორც საარსებო წყარო“, რომელიც მოიცავდა 3200 ხელოვანს 6 განსხვავებულ დარგში.

პატაჩიტრა - ბუნებრივი საღებავებით ხატვა და ამბის მოყოლა სიმღერის მეშვეობით; ბაულ ფაკირი- სასულიერო მუსიკა; იუმორი, ტომის მუსიკა და ცეკვა; ჩაუს თემური ნიღბების ცეკვა საბრძოლო ხელოვნებასთან შერწყმით: და გამბირა და დომნი- ხალხური თეატრის ფორმა- დასავლეთ ბენგალის 6 ეკონომიკურად ყველაზე განუვითარებელ რაიონში. პროექტი დაფინანსდა ინდოეთის სოფლის განვითარების სამინისტროს მიერ (2005-2009) და შემდგომში ევროპის გაერთიანების მიერ (2009-2011).

პროექტი მიზნად ისახავს ტრადიციული ხელოვანებისთვის საარსებო წყაროს შექმნით მათი მდებარეობის ახალ პოზიტიურ დამაკავშირებელ რგოლად ჩამოყალიბებას. დასაწყისშივე მან ცოდნისა და გამოცდილების საფუძვლიან კვლევაზე დაყრდნობით შეიძინა გლობალური მეთოდოლოგია; ხელოვანებისთვის მათი ბიზნესისა და უნარის გაუმჯობესებისათვის შეიქმნა თვით-დახმარების ჯგუფები(SHG)⁶¹. მათ გახსნილი ჰქონდათ საკუთარი საბანკო ანგარიშები, რომლებიც ხელოვანებსა და მათ ოჯახებს ეხმარებოდა ჯანმრთელობის დაზღვევასა და ახალ აუდიტორიასა და ბაზართან ურთიერთობის დამყარებაში. იდეა მდგომარეობდა იმაში, რომ ქალაქის აუდიტორია ჩაეყვანათ სოფლად, რომელიც შეაჩერებდა ხელოვანების გადასახლებას ქალაქში. კულტურული ტურიზმი ამ სოფლებში გაჩნდა, „ხელოვნების როგორც საარსებო წყაროს“ პროექტის მნიშვნელოვანი განშტოება.

საზოგადოების რესურს-ცენტრები და სოფლის ფესტივალები პრაქტიკულად მნიშვნელოვანი კომპონენტებია მარკეტინგულ სტრატეგიაში, რომელიც გარდაქმნის სოფლებს პოპულარულ კულტურული ტურიზმის დესტინაციად. 2010 წლის ნოემბერში ჩატარდა პირველი პატაჩიტრას ბაზრობა, რომელიც ოდესმე გაუმართავთ ნაიას სოფელში. ეს უნიკალური ფოლკლორული ხელოვნება მოიცავს გრძელ გრაგნილებზე ამბის ხატვას, რომლებიც გადმოცემულია სიმღერით გრაგნილების გახსნამდე. ამ ღონისძიებას ესწრებოდა 5,000ზე მეტი

⁶⁰http://digitalcollections.sit.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=2837&context=isp_collection—უკანასკნელად იქნა

გადამოწმებული - 07.06.2015

⁶¹Self Help Groups (SHGs) in this context denote groups of 10-12 persons, mostly impoverished individuals and/or women, which often work together on one activity to form

ადამიანი, ხელოვანებს ბაზრობამ მოუტანა 15,000\$ მოგება, რომლებიც მხოლოდ 3 დღე იყვნენ ჩართულნი ამ საქმიანობაში.

იმარის ფაიფურის ჭურჭელი, არიტა, იაპონია⁶²

ფაიფურის ჭურჭელი არიტაში მე-17 საუკუნიდან გვხვდება, როდესაც კაოლინის ფენები აღმოაჩინეს. ეს უკანასკნელი შეადგენს ფაიფურის ძირითად კომპონენტს; პირველი ღუმელიც ამ ქალაქში აიგო. არიტას მასშტაბით ფაიფურის ჭურჭლის მთავარი მწარმოებლები ჰოკაიდოში არიან. ქალაქი ამყოფს 156 კომპანიით, რომლებიც აწარმოებენ და ყიდიან კერამიკას, ასაქმებენ რა 6,350 ადამიანს. ევროპულ ქვეყნებში ექსპორტის შედეგად არიტას ფაიფური საერთაშორისოდ ცნობილი გახდა, როგორც იაპონური ტრადიციული ფაიფურის სიმბოლო.

იგი განვითარდა, როგორც ტურისტული ღირსშესანიშნაობა. არიტა განლაგებულია ბუნებრივ გარემოში, დაფარულია ტყით, გარშემორტყმულია მთებით, ხოლო არქიტექტურა ქალაქის ბუნებრივი გარემოს ზეგავლენას განიცდის. 70,000-იანი მოსახლეობით, ქალაქები აწარმოებენ კერამიკას, რომლებიც იზიდავს მრავალ ტურისტს. არიტა პოპულარული დესტინაციის ადგილია განსაკუთრებით შიდა ტურისტებისთვის, რომლებიც ძირითადად ორიდან სამ დღემდე რჩებიან ქალაქში მისი თვალწარმტაცი ლანდშაფტით დასატკობად. მათ განსაკუთრებით ხიბლავთ შესაძლებლობა სპეციალურად შეუკვეთონ მათთვის საჭირო ჭურჭელი, სახლში გაგზავნით. მატარებლებს მიჰყავთ ტურისტები ქალაქის ძირითად უბნებში, ღირსშესანიშნაობების მახლობლად. მათ რეგულარულად ემსახურებათ აგრეთვე სამარშრუტო ავტობუსები. პიკის დროს, როგორცაა მაგალითად, ყოველწლიური ფაიფურის ფესტივალი, ყოველ კვირეულად არიტა იზიდავს დაახლოებით 700,000 ტურისტს. იმისათვის, რომ მაღალი სტანდარტის მოთხოვნებს გაუმკლავდნენ, საცხოვრებლით უზრუნველყოფა ძირითადად ხდება ქალაქგარეთ, რათა დაიცვან საზოგადოება გადატვირთვისაგან.

ისტორიული ტურისტული მარშრუტი, ლუიზიანა, ხორვატია⁶³

⁶²http://www.jnto.go.jp/eng/location/regional/saga/arita_imari.html–უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 07.06.2015

⁶³ <http://business.croatia.hr/Documents/1359/Croatian-Cultural-Heritage-2011.pdf>–

უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 07.06.2015

ლუიზიანა წარმოადგენს ისტორიულ ტურისტულ მარშრუტს, რომელიც მოიცავს 14 ადგილობრივ თემსა და ხორვატიის ორ ნაწილს, კერძოდ პრიმორსკო-გორანსკისა და კარლოვაცს. „ზაფხული ლუიზიანაზე“ (Ljeto na Lujzijani)-ის ღონისძიება ტარდება ყოველ წელს მარშრუტის მიმდებარე ადგილებში.

პროექტი დაიწყო 2005 წელს და სტრატეგიულ გეგმაზე დაყრდნობით დასრულდა 2013 წელს. პროექტის ინიციატორი და ხელმძღვანელი იყო ლუიზიანის ასოციაცია, ხოლო მისი ძირითადი მონაწილენი კი ადგილობრივი და რეგიონალური ხელისუფლების წარმომადგენლები და მათი საპატიო ტურისტთა საბჭო. პროექტი მეტწილად ფინანსდებოდა შემოწირულობებითა და ხორვატიის მთავრობის მიერ, ხორვატიის ტურიზმის საბჭოს, ადგილობრივი თვითმმართველობების და ნაკლები წილით ბიზნესის დაფინანსებით, რომლებიც ლუიზიანას ასოციაციის წევრები არიან და სტუმრებისათვის ახალი პროდუქტების განვითარებასა და მიწოდებაზე ზრუნავენ.

ყოველწლიური კულტურულ-ისტორიული ღონისძიება, „ზაფხული ლუიზიანაზე“ ხაზს უსვამს ლუიზიანის ისტორიული ტურის მიმდებარე ქალაქების არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობას, ადგილობრივი კულტურის, სამხარეულოს, ფოლკლორის, ტრადიციული რეწვის, ღვინის კულტურის და ისტორიის წარმოდგენით, დეგუსტაციების მოწყობით და სტუმრებისათვის კერძების მომზადებით. გასტრონომიულ გამოცდილებებს სთავაზობს გორსკი კოტარის გასტრო-შოუ (საკვები სულისა და სხეულისათვის), რომელიც წარმოადგენს ინფორმაციას ტყის ხილის შეგროვების, გადამუშავებისა და სამკურნალო მცენარეების შესახებ. შეთავაზებულ იქნება ვენახების მონახულება და ტრადიციული სასმელების დაგემოვნება, როგორცაა ბაკარსკის არაყი (bakarska vodica), ღვინისაგან დამზადებული ლიქიორი. ტურისტები აგრეთვე ეცნობიან ვენახების გაშენებისა და ღვინის წარმოების პროცესებს.

მიუხედავად იმისა, რომ ტურისტების რიცხვი დაანგარიშებულია მხოლოდ ღონისძიების პერიოდში, ტურისტულ მარშრუტებზე ტურისტების რიცხვის მატება აშკარაა. ეს ინდივიდები ძირითადად პროფესიულ და სასწავლო ან მოტო-და ველო ტურებზე არიან ორიენტირებულნი. ეს ღონისძიება იზიდავს უფრო მეტ საკუთარი ტრანსპორტის მქონე სტუმარსა და ორგანიზებულ ტურებს. მისი პოპულარობის ზრდა აუმჯობესებს ამ რეგიონში ეკონომიკურ მდგომარეობას. განსაკუთრებით მის სასოფლო ზონებში, რომლებიც განიცდიან ეკონომიკურ შეფერხებას მათი დეპოპულარიზაციის გამო. პროექტს ხელმძღვანელობენ საზოგადოების მოტივირებული წევრები, რომლებიც ამზადებენ სხვებს მონაწილეობის მისაღებად.

სასურსათო სუვენირები, მაკაო, ჩინეთი⁶⁴

ძირითადი ტურისტული მარშრუტია მაკაოს კულტურული მემკვიდრეობის მიმდებარე ტერიტორია და ტაიპას ძველი სოფელი.

სასურსათო სუვენირების გაყიდვის წარმატება ის ფენომენია, რომელიც მოჰყვა მაკაუს, ჩინეთის სპეციალურ ადმინისტრაციულ რეგიონად ჩამოყალიბება 1999 წელს. 2003 წლის მერე, დამოუკიდებელმა ვიზის გეგმამ ხელი შეუწყო უფრო მეტ საზღვარს გავლით ტურიზმს, ძირითადად ჩინეთიდან. სუვენირების გამყიდველების მხრიდან ჩინეთის ბაზარზე დამოკიდებულებამ შედეგად მოიტანა საკვები სუვენირების მაღაზიების განლაგება მაკაუს მსოფლიო მემკვიდრეობის ძეგლთან ახლოს, სადაც ყველაზე ხშირი კულტურული ტური ტარდება. ყველაზე მეტი საფუნთუშე და საკვები სუვენირების მწარმოებლები არიან მაკაუს სავაჭრო პალატის წევრები. მაკაუს ტურიზმის სახელმწიფო ოფისმა კონსულტაცია გაუწია პალატასა და ინდივიდუალურად მეფუნთუშეებს თავიანთ მარკეტინგულ კამპანიებთან დაკავშირებით. ადგილობრივი ცნობილი ადამიანებიც იყვნენ ჩართული კამპანიაში, მაგალითად „Macanese Canto-pop band Soler“, მისი პოპულარიზაციის მიზნით; კერძოდ, ბრენდი პოპულარულია ჰონგ-კონგსა და ტაივანში.

საკონდიტრო ნაწარმი, რომელიც იყიდება, როგორც სუვენირი, ტურისტულ ღირსშესანიშნაობებთან ახლოს საფუნთუშეში უნდა გამოცხვეს, ძირითადი საწარმოები პროდუქციას ყიდნიან ამ ადგილებში. მზარეულების გამოკითხვის შედეგად, სტუმრებს აქვთ უფასო დეგუსტაციის საშუალება. პოპულარულ „ექსპონატებს“ წარმოადგენენ “ცოლის ნამცხვრები”(ნამცხვრის მაგვარი მასა, რომელიც დამზადებული პორტუგალიური და ჩინური ზეგავლენით) კვერცხის ხვეულები, ანანასის ფუნთუშები და ნუგა, რომლებიც მზადდება ადგილზე. ამ ნიმუშების საჩუქრის ფორმის შეფუთვა მათ განსაკუთრებით მიმზიდველს ხდის ტურისტებს შორის. მაკაოს მსოფლიო მემკვიდრეობის წმინდა პავლეს ტაძრის ნანგრევების ფოტოები ხშირად თან ახლავს შეფუთვებს ჩინეთისა და მაკაუს რეკლამებისთვის.

სათემო ხელოვნებისა და ხელნაკეთების ტურიზმი უროსში(Uros)

უროსის ხალხის კუნძულები მდებარეობს ტბა ტიტკაკადან ერთი საათის სავალზე. ტურისტების უმრავლესობას ადგილობრივი მოსახლეობის დაახლოებით 200-მდე ოჯახი იღებს თავიანთ მცურავ სახლებში. ამ ადგილას ტურისტები დაახლოებით ორიდან ოთხ საათამდე

⁶⁴ World Tourism Organization, *Tourism and Intangible Cultural Heritage*, UNWTO, Madrid, 2012.

რჩებიან, რადგან დრო შეზღუდულია. ტურისტებს საშუალება ეძლევათ აირჩიონ თუ რისი გაკეთება სურთ. დალაშქრონ მთები, ისეირნონ ტიპიური "totora" ნავით თუ დააგემოვნონ ტრადიციული საკვები. ხმელეთზე ჩასვლისთანავე, გიდები ტურისტებს კეჩუას დიალექტიდან კულტურულ პრაქტიკას უთარგმნიან. მათ ასევე შეუძლიათ შეიძინონ ადგილობრივი რეწვის ნიმუშები, რომლებიც ადგილობრივი მოსახლეობის შემოსავლის ერთადერთი წყაროა ტურიზმის გარდა. ტურიზმიდან მიღებული შემოსავალი გამოიყენება: რეწვის ნიმუშების დამზადებისთვის, ახალი მასალის საყიდლად, ბავშვებისთვის განათლების მისაცემად და ადგილობრივი ინფრასტრუქტურის გასაუმჯობესებლად, რაც ნიშნავს საუკეთესო ნავების შექმნას, რომ შეძლონ ტურისტების მომსახურება.

ყველაზე ცნობილი ადგილობრივი მეწარმე ტურიზმის თვალსაზრისით არის, ქალბატონი ქრისტინა სუანა(Suaña)– ასოციაცია Turismo Vivencial–ის Uros Khantati–ის პრეზიდენტი, რომელმაც დაადასტურა მის თანასოფლელებთან ერთად, რომ ქალი შეიძლება გამოვიდეს მისი ტრადიციული საყოფაცხოვრებო როლიდან და შეიტანოს წვლილი საზოგადოების სოციალურ–ეკონომიკურ ზრდაში.

ტურისტთა რიცხვი გაიზარდა 1990-იანი წლებიდან, მას შემდეგ რაც Sendero Luminoso მხრიდან ტერორიზმის საფრთხე არ არსებობდა. 2002 წელს, Los Uros კუნძულების ვიზიტორებმა შეადგინა 75,000, ამ რეგიონის დედაქალაქ პუნოს ვიზიტორთა საერთო რაოდენობის 49%. 2010 წლისთვის ეს მაჩვენებელი გაიზარდა თითქმის 12%-ით და მიაღწია 84.116. უფრო ხშირად ფრანგი და გერმანელი ვიზიტორი შეადგენენ ტურისტების ჯგუფს, რომლებსაც სურვილი აქვთ გაიცნონ ადგილობრივ კულტურათა ადათ–წესები.

მექსიკაში ცენტრალური ქერეტარო (Queretaro– კოლონიური ქალაქი), მსოფლიო მემკვიდრეობის ნუსხაში შესულია 1996 წლიდან. თეატრალური ბილიკის პროექტმა ინოვაციურად განავითარა ტურიზმის სფეროში თეატრის კონცეფცია.

იგი ჩამოყალიბდა 2005 წელს კერძო ტუროპერატორის მიერ. promotur ობიექტივი „იძირება“ ტურისტების ტრადიციული ქალაქების ლეგენდების ფარგლებში. ისტორიული ძეგლები, სადაც ისინი წარმოიშვა, კერძოდ შენობები, რომლებიც არ არის ღია საზოგადოებისთვის.

შოუ ასაქმებს დაახლოებით 70 ადამიანს, მათ შორის პროფესიონალ მსახიობებს და მუსიკოსებს. მოიცავს მაღალ სეზონს, ღამეში სამი შოუ ტარდება, რომელსაც 600–მდე გულშემატკივარი ჰყავს. 2010 წელს 1 550–ზე მეტ წარმოდგენას 145 000 ადამიანი ესწრებოდა.

ამ ინიციატივის ერთ-ერთი მიზანია როგორც კულტურული ტურიზმის განვითარების ძირითადი ინსტრუმენტი, არის დაინტერესებულ პირებს შესთავაზოს ახალი ტურისტული შთაბეჭდილება-ქერეტაროს ისტორიული ადგილის გაცოცხლება. მენეჯერები ცდილობენ სხვადასხვა ინტერესების გათვალისწინებას, PromoTur-ს აქვს შესაბამისად შემუშავებული სხვადასხვა სახის წარმოდგენები. არსებულ ტურებს გაუმჯობესებული აქვს პროექტის მუდმივი მონიტორინგი და ვიზიტორებთან უკუკავშირი. დაკვირვებით პროექტს ეძლევა უპირატესობა იმ ოპერატორებთან, რომლებიც ცდილობენ წარმატებული ტურისტული პროდუქტის გადაღებას/კოპირებას.

ანდამანის თემის ტურიზმის ქსელი, ტაილანდი⁶⁵

ანდამანის ტურიზმის ქსელი მოიცავს ტაილანდში ანდამანის კუნძულების ჩრდილოეთით ანდამანის უბნებს: კურაბურს, სუქსამრანსა და კაპოეს (Kuraburi, Suksamran და Kapoe).

„Andaman Discoveries“ არის ტუროპერატორი, რომელიც აგრძელებს მუშაობას ჩრდილოეთ ანდამანის ცუნამის რელიეფთან (NATR)– ეს არის დამოუკიდებელი ორგანიზაცია, რომელიც დააფუძნა ბოდი ჯარეთმა (Bodhi Garrett), რომელიც 2004 წელს დამანგრეველი ცუნამის მსხვერპლი გახდა. NATR-მა მათ დასახმარებლად 12 თემში წარმატებით განახორციელა პროექტი. 2004 წლიდან „Andaman Discoveries“-ს ფინანსური დახმარება გაუწია ეკოსისტემების გრანტების პროგრამამ (EGP), ბუნების საერთაშორისო კავშირმა (IUCN), არასამთავრობომა ნიდერლანდებიდან. ორგანიზაციები, რომელთანაც თანამშრომლობენ, როგორცაა „Open mind“-ის „მოხალისე პროექტები“ სთავაზობენ მზა ინიციატივებს, რათა მოხალისე ტურისტებს გააცნონ კულტურა, სანამ ისინი საზოგადოების განვითარების პროექტებში მუშაობას დაიწყებენ.

„Andaman Discoveries“-ის ყველაზე წარმატებული პროგრამა არის ანდამანის ტურიზმის ქსელი, რომელიც ტურისტებს საშუალებას აძლევს გაიგონ მეტი ადგილობრივი ენის, ხელნაკეთობების, რიტუალების შესახებ ოჯახების მეშვეობით ან მონაწილეობა მიიღონ კულტურის სემინარებში, რომლებსაც სოფლის მაცხოვრებლები მართავენ. მოხალისეებისთვის ტიპიური სამდღიანი სასწავლო პროგრამა მოიცავს ადგილობრივი ენისა და ჩვეულებების შესწავლას, მათ შორის ლექსიკის გამოყენების, საერთო სოციალური ურთიერთობის, საკვების შეკვეთის გაკვეთილებს.

⁶⁵<http://www.andamancommunitytourism.com/andaman-coast-about-nact.php>–უკანასკნელად იქნა გადაამოწმებული -10.06.2015

შედეგად, 2009 წელს, ქსელის მომხმარებელი იყო 429 ტურისტი ძირითადად ევროპა და ჩრდილოეთ ამერიკიდან. ინიციატივამ წარმატებით შეისწავლა თუ როგორ დაუკავშირონ კულტურული ტურიზმის არსებული მომსახურება მოხალისე ტურისტულ პროდუქტებს, რომელიც ხელს უწყობს კულტურულ გაცვლას, ასევე ადგილობრივი არამატერიალური კულტურის დაცვის ადეკვატურ ზომებს. შესაბამისად, ქსელი ტაილანდში გამოყენებულ იქნა როგორც სხვა პროექტების მოდელი სათემო ტურიზმის საქმიანობის დასაგეგმად.

პროექტმა 2007 წლის ღვთისმშობლის დღესასწაულზე ტურიზმის ჯილდო მიიღო კულტურული მემკვიდრეობის საუკეთესო დაცვისთვის. 2007 და 2008 წლებში ორგანიზაცია ნომინირებული იყო „Wild Asia’s Responsible Tourism Award“-ზე. მან მიიღო Global Vision-ის ჯილდო.

ანგ სერიანის(Aang serian) მოხალისეობის პროგრამა, ტანზანია⁶⁶

ასევე ცნობილია, როგორც „Aang serian“, მას ენაზე "მშვიდობის სახლი", მოხალისეთა პროგრამა მდებარეობს ელუვაიში(Eluwai), ტანზანიის ჩრდილოეთით, არუშას ჩრდილო-დასავლეთით სოფელ მასაიში. „Aang serian“ ტანზანიის არასამთავრობო ორგანიზაცია დაარსდა 1999 წელს და დარეგისტრირდა 2005 წელს. 2001 წლიდან არაფორმალურად დაიწყო საერთაშორისო ვიზიტორების მიღება. 2004 წლიდან დაიწყო სისტემატური მოხალისე პროგრამების დამუშავება.

2005 წელს შეიქმნა Oreteti Cultural Discovery Ltd., პატარა ეკოტურიზმის კომპანია, მოქმედი და ყოფილი „Aang serian“-ის წევრების მიერ, რომლის მიზანია უპასუხოს ძირითადი ტურისტული კომპანიებისა და ინდივიდუალური ტურისტების მზარდ მოთხოვნებს სოფელ მასაიზე დაფუძნებულ კულტურულ პროგრამებზე. შენარჩუნებული იყო აქცენტი ადგილობრივი ენის სწავლასა და კულტურულ გაცვლაზე, მოხალისეთა ორიენტაციაში და სტუდენტურ ექსკურსიებში. ამ პროგრამის ძირითადი ელემენტებია ტრადიციული ხელოვნების, ცხოველთა და მცენარეთა სახელების სიმბოლური მნიშვნელობის, ასევე ადგილობრივი მითების, სიმღერებისა და ანდაზების სწავლება. ტურისტებს საშუალება ეძლევათ მონაწილეობა მიიღონ კულტურულ პროგრამებში, როგორცაა: კილიმანჯაროს მთისწინეთის სოფლების, ზანზიბარის და ბუმის ბანაკის ჰამბუსთან, აღმოსავლეთ აფრიკის უკანასკნელი მონადირე-შემგროვებლების ვიზიტები.

⁶⁶<http://www.serianuk.org.uk/>—უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული -10.06.2015

რობენის კუნძულის მუზეუმის ტური, სამხრეთ აფრიკა⁶⁷

სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკაში რობენის კუნძული მდებარე კეიპტაუნთან ახლოს ასოცირდება სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკის ყოფილ პრეზიდენტ და ნობელის პრემიის ლაურეანტ ნელსონ მანდელასთან, რომელიც დაპატიმრებული იყო ამ ადგილას 27 წლის განმავლობაში. იგი გაიხსნა როგორც მუზეუმი 1997 წელს და ორი წლის შემდეგ შეტანილ იქნა როგორც მსოფლიო კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლი. ყოველწლიურად 100,000 ტურისტი სტუმრობს ამ ადგილს. კეიპტაუნიდან ვიზიტორებს შეუძლიათ დღეში 4-ჯერ ბორნით გადასვლა.

სამსაათნახევრიანი ტური მოიცავს განმეორებით ვიზიტს მაგიდის უბის გადაკვეთით, მაქსიმალურად დაცულ ციხეში. საავტობუსო ტური გიდის თანხლებით 45-წუთიანია. ადრე ყოფილ პატიმრებს იყენებდნენ სტუმართა მომსახურების გასაუმჯობესებლად. ვიზიტორებს აინტერესებთ პატიმართა პირადი მოსახურებები ციხეში ცხოვრებასთან დაკავშირებით, თუ როგორ პირობებში იყო ნელსონ მანდელა, როდესაც იგი პატიმრობაში იმყოფებოდა.

ჰაკას მუსიკის და ფოლკლორის ფესტივალი, ჩინეთი⁶⁸

ჰაკას მუსიკის და ფოლკლორის ფესტივალი 2007 წელს ჩინეთში მიანდუში ქალაქ ჟუჟოუს(Zhuzhou) მიმდებარე ტერიტორიაზე ჩატარდა. მას შემდეგ იგი ყოველწლიურ ღონისძიებად იქცა. ჰაკას ეთნიკური ჯგუფი შეადგენს მოსახლეობის 95%-ს. აქვს მდიდარი ფოლკლორი და კულტურა, მათ შორის გამორჩეული სამზარეულო.

2009 წლის თებერვალში ფესტივალს 30 000-ზე მეტი ადამიანი დაესწრო. ფესტივალმა მედიის, განსაკუთრებით ჩინეთის ცენტრალური ტელევიზიის ყურადღება მიიპყრო, რომელიც შიდა ტურიზმის განვითარებას უწყობს ხელს.

ფესტივალისთვის დამახასიათებელია შეერთებული 3 კაციანი დრაკონით ცეკვა, რომელიც ჰაკას ფოლკლორთან ერთად შეტანილია კაცობრიობის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის წარმომადგენლობით სიაში და ამასთან მიღებული აქვს რამდენიმე რეგიონალური და ეროვნული ჯილდო.

სამწუხაროდ, ადგილობრივი საზოგადოების ახალგაზრდა წევრები საზღვარგარეთ მიდიან სამუშაოდ და ჰაკას ტრადიციული კულტურის თაობებზე გადაცემა ყოველთვის არ ხდება.

⁶⁷<http://www.southafrica.net/za/en/articles/entry/article-southafrica.net-historical-robben-island->

უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული -10.06.2015

⁶⁸<http://traditions.cultural-china.com/en/17Traditions3391.html>—უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული -10.06.2015

ფესტივალების პოპულარობამ ხელი შეუწყო ქალაქ მიანდუს ცნობადობის გაზრდას ეროვნულ დონეზე და იგი ინვესტორებისთვის მიმზიდველი გახადა. კერამიკის დიდ კომპანიებში შეიქმნა ადგილობრივი ახალგაზრდების დასაქმების გეგმა, რადგან ისინი სხვაგან ეძებდნენ სამუშაოს. ამგვარად, ტურიზმის ეკონომიკური განვითარების სახელმწიფო პოლიტიკა წარმატებული აღმოჩნდა, იგი, ამ რეგიონში დარჩენილი ახალგაზრდა თაობისთვის ტრადიციული საშემსრულებლო ხელოვნების გადაცემის საშუალებას იძლევა.

მიუხედავად იმისა, რომ ფესტივალი ხელს უწყობს ჰაკას ტრადიციული ფოლკლორის რევიტალიზაციას, ზოგიერთი დაინტერესებული მხარე შეშფოთებულია, რომ შესაძლებელია ახალი სარკინიგზო ხაზის მშენებლობამ იმაზე მეტი ვიზიტორი მოიყვანოს, ვიდრე განთავსების ობიექტია.

ფოლკლორის საერთაშორისო ფესტივალი ლოუგაში, სენეგალი⁶⁹

სენეგალის ქალაქ ლოუგაში(Louga) ტარდება ფოლკლორის საერთაშორისო ფესტივალი. ის გამოირჩევა მდიდარი და უნიკალური კულტურული ტრადიციებით, მუსიკით და ცეკვით. ეს აქტივები გამოიყენება, როგორც მდგრადი განვითარების სისტემა, რომელსაც შეუძლია გადაწყვიტოს რეგიონის ეკონომიკური პრობლემები და შეაჩეროს ადგილობრივი ახალგაზრდების ემიგრაცია.

ფესტივალის მიზანია გააძლიეროს ტურიზმი, როგორც ადგილობრივი თემების ეკონომიკური შესაძლებლობების გენერატორი. კულტურული ღონისძიებების შეთავაზება მოიცავს მთხრობელების ანიმირებულ ფოლკლორულ საღამოებს ადგილობრივ ენაზე და პერკუსიაზე დაკვრას, სხვადასხვა კულტურული ფენებიდან გამოჩენილი მუსიკოსების წარმოდგენებს ახლადშექმნილ მუსიკალური ინსტრუმენტების ადგილობრივ მუზეუმში. აქ სტუმრებს ცეკვის საშუალება ეძლევათ და ამავე დროს შეუძლიათ მუსიკის დროს შეუერთდნენ მოცეკვავეებს. 2009 წელს პროექტს ესტუმრა 147 ადამიანი და 53 დარჩა ღამისთევით.

Uluru-Kata Tjuta-ს ეროვნული პარკი, ვიზიტორთა ცენტრი⁷⁰

Uluru-Kata Tjuta ეროვნული პარკი მდებარეობს ალის სფრინგსის სამხრეთ-დასავლეთით, ავსტრალიის ჩრდილოეთით. ის თავდაპირველად იუნესკოს მსოფლიო მემკვიდრეობის ნუსხაში იყო,

⁶⁹<http://africalia.be/en/what-we-do/senegal/fesfop/>—უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული -10.06.2015

⁷⁰<http://www.parksaustralia.gov.au/uluru/do/cultural-centre.html>—უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული -10.06.2015

როგორც ბუნებრივი მემკვიდრეობა, ხოლო შემდეგ როგორც კულტურული ლანდშაფტი. ეს არის როგორც ომის შემდგომი კულტურული ადგილი.

სკონტანური ტურიზმის განვითარების გაუმჯობესება მოგვიანებით მოხდა პარკის კულტურული მგრძობელობის და ეკოლოგიის გამო.

პარტნიორობა ყალიბდებოდა უკანასკნელი 25 წლის განმავლობაში. ანანგუს ხალხს სწამს, რომ ლანდშაფტი შექმნეს თავიანთმა წინაპრებმა, რომელთა მემკვიდრეებიც ახლა უკვე თავად არიან. ისინი თვლიან, რომ აქვთ პასუხისმგებლობა მიწის დაცვასა და მენეჯმენტზე. არსებობს კანონი, როგორც საფუძველი და მთავარი პრინციპი, რომელიც ემსახურება დაცული ტერიტორიების ერთობლივი მართვის ჩარჩოს.

ეროვნული პარკის 2009 წლის მართვის გეგმის რეკომენდაციები მოიცავს:

- საგვარეულო ცოდნის გადაცემას ანანგას საზოგადოების ახალგაზრდა წევრებზე;
- მცენარეული მედიკამენტების შეგროვებისა და გამოყენების სწავლებასა და წმინდა ადგილების მონახულებას;
- ვიზიტორების, პარკის პერსონალის და აბორიგენი მოსახლეობის სწავლებას თუ როგორ უნდა დაიცვან და პატივი სცენ პარკს(Tjukurpa);
- სტუმართა უსაფრთხოებას, რომელიც აბორიგენტთა შეხედულებებს ეფუძნება, ქალებისა და მამაკაცებისთვის სხვადასხვა წმინდა ადგილია პარკში გამოყოფილი და მხოლოდ შესაბამისი სქესის ადამიანს შეუძლია მისი მონახულება;
- აბორიგენული საზოგადოების მთლიანი კონფიდენციალურობის შენარჩუნებას და მათთვის გზებისა და პარკის ობიექტების აღნიშვნის დავალებას, რათა დაცულ იქნას წმინდა ადგილები.

ტურისტული საქმიანობა, რომელიც განვითარდა 1950-1970 წლებში, იცვლება ახალი მართვის ფილოსოფიის მიხედვით, რომელიც ითვალისწინებს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობისა და კულტურულ ლანდშაფტზე აბორიგენული ხედვის ინტეგრირებას. რეკრეაციული ღირსშესანიშნაობები, როგორცაა კლდეზე ცოცვა და ფოტოების გადაღება, ნებადართულია მხოლოდ გიდებთან, პარკის რეინჯერებთან, კულტურული ცენტრების მასპინძლებთან შეთანხმებით. ფეხით სასიარულო ტურების დროს ვიზიტორებს ეძლევათ შესაძლებლობა, რომ ჰქონდეთ მიწასთან კონტაქტი. გიდების მიერ მიწოდებული ინფორმაცია, ბროშურები, ნიშნები ვიზიტორებს აცნობს კონკრეტული ადგილის მნიშვნელობას.

ანანგუს საიტი მნიშვნელოვანია კულტურული თვალსაზრისით. ულურუს მართვა განსაკუთრებით რთულია. ამას უფრო ართულებს დაზიანებები და ის შემთხვევები, რომლებიც ჩაწერილია იმ ტურისტების მიერ, რომლებმაც გადალახეს Sluru.

მას შემდეგ რაც პარკი გაიხსნა საბჭო დათანხმდა, რომ ის არ დახუროს, მაგრამ უარი თქვა მთაზე ცოცვით დაშვებაზე. ისინი ვიზიტორებს თხოვენ, რომ პატივი სცენ ანანგუს კულტურასა და კანონს და გაეცნონ ალტერნატიულ საქმიანობას. ახალი Talinguru Nyakunyjaku გზა ვიზიტორებს სთავაზობს Sluru და Kata Tjuta-ს ადრე მიუწვდომელი პარკის ფართობს. კულტურული ცენტრი და პარკის მენეჯმენტი სთავაზობს ტურისტებს ონლაინ ვიდეოს, სადაც განმარტავს მიზეზებს, თუ რატომ არ შეიძლება ამ ადგილას კლდეზე ცოცვა. ისინი მზად არიან ჩაერთონ საზოგადოების ცნობიერების ამაღლებაში, რისთვისაც იყენებენ სოციალური ქსელს.

იბნ ბატუტას სავაჭრო ცენტრის სამეცნიერო გამოფენა, დუბაი, არაბთა გაერთიანებული საემიროები⁷¹

პერმანენტული გამოფენა და თემატური ცენტრი მდებარეობს Sheik Zayed-ის გზასთან ახლოს, დუბაიში, არაბთა გაერთიანებულ საემიროებში. თემატური ცენტრი გაიხსნა 2005 წლის აპრილში, Nakheel კომპანიის მიერ როგორც ეტაპობრივი განვითარების ნაწილი. ის პროექტის მთავარი დეველოპერია. ის ასევე იღებს დაფინანსებას დუბაიდან, განსაკუთრებით ინვესტორებისგან აბუ დაბიდან-არაბეთის გაერთიანებული საემიროების დედაქალაქიდან.

ბატუტა არის პირველი სავაჭრო კომპლექსი შთაგონებული ინდივიდუალური ცხოვრებითა და ინტერესებით. ეს უკავშირდება გამომგონებელ იბნ ბატუტას, რომელიც მაროკოდან მე-13 საუკუნეში გაემგზავრა, რათა მსოფლიოს გარშემო ემოგზაურა. ის მალე გახდა აღიარებული მეცნიერი და მნიშვნელოვანი პიროვნება ტექნოლოგიურ მიღწევებში. იბნ ბატუტამ სხვადასხვა (მის მიერ შესწავლილი) ადგილებიდან ჩამოიტანა 27 გამოგონების კომპლექსური მახასიათებელი, რომელიც გამოფენილი იყო მაჰმადიანი მეცნიერების მიერ. მათ შორის იყო მოქმედი და ინტერაქტიული წყლის ხარისხის ამაღლების მოწყობილობა (მე-13 საუკუნიდან, ტუნისიდან). სავაჭრო ცენტრი წოდებული "სიბრძნის სახლად" გამოფენისთვის იყენებს აუდიო-ვიზუალურ მედიას და კომპიუტერს, რომ ნათლად გამოჩნდეს მე-9 საუკუნით დათარიღებული თანამედროვე ცოდნის ისლამური წვლილი განსაკუთრებით შემდეგ სფეროებში: ჰუმანიტარულში, მათემატიკაში, ასტრონომიაში, მედიცინაში, ქიმიაში, გეოგრაფიასა და ასტროლოგიაში. აქედან გამომდინარე ცენტრის ლოზუნგი არის „იბნ ბატუტას ცენტრი: 1000 წლის ცოდნა ხელახლა აღმოჩენილია“.

⁷¹<http://www.ibnbattutamall.com/>—უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული -10.06.2015

ინფორმაცია წარმოდგენილია საკმაოდ დეტალურად და მიზანმიმართულად გათვალისწინებულია იმ ტურისტებისთვის, რომლებსაც სურთ გაიგონ მეტი წარსულის ინოვაციების შესახებ.

2008 წელს ცენტრმა როგორც წამყვანმა სავაჭრო ცენტრმა ახლო აღმოსავლეთში, მოიგო მსოფლიო მოგზაურთა ასოციაციის ჯილდო. მისი ექსპონანტები ყველაზე წარმატებული აღმოჩნდა რეგიონალური ტურისტებისთვის. ბევრი ვიზიტორი დადებითად გამოეხმაურა. ნავიგაციით გამოფენას აქვს ისეთივე საგანმანათლებლო დანიშნულება, როგორც მეცნიერების მუზეუმს. 2007 წელს სტუმრის კმაყოფილების კვლევისას გამოვლინდა ექსპონატთა არქიტექტურის პოპულარობა და დეტალებისადმი ყურადღება. გარდა ამისა, განსაკუთრებით პოპულარული იყო სპარსული ეზოს გუმბათი(რომელსაც დასასრულებლად 90 დღის განმავლობაში 20 ოსტატი დასჭირდა) და ინდური წყლის საათი. ძირითადი ვიზიტორები იყვნენ ინდოეთის სუბკონტინენტიდან და ჩინეთიდან(რომელთაც განსაკუთრებით მოსწონთ ჩინურ ეზოში რეკონსტრუირებული გამოგონებები).

განათლებისა და კულტურის ცენტრი(!Khwa Ttu), სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკა⁷²

სამხრეთ აფრიკის განათლებისა და კულტურის ცენტრი !Khwa Ttu წარმოდგენას იძლევა სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკის სან მოსახლეობის კულტურის, მემკვიდრეობის, ცოდნისა და თანამედროვე ცხოვრების შესახებ. ცენტრი აშენდა 1999 წლის შემდეგ Grootwater მეურნეობის ადგილზე, სოფელ იზერფონტეითან(Yzerfontein), როცა ხორბლის და ცხვრის მწარმოებელი ფერმა(რომელიც მოიცავდა 850 ჰა) დაინგრა. !Khwa Ttu გაიხსნა საჯაროდ 2006 წლის მარტში, რომელსა წინ უძღოდა დიდი სამუშაოები ვიზიტორთათვის ადგილის მოსამზადებლად. პროექტი ეფუძნება თანამშრომლობას სამხრეთ აფრიკის რესპუბლიკის (WIMSA) მკვიდრი უმცირესობების სამუშაო ჯგუფსა და შვეიცარიის უბუნტუს ფონდს შორის, ხოლო დაფინანსებას იღებს ნორვეგიის ეკლესიის დახმარებით და უბუნტუს ფონდიდან. პროექტს ასევე აქვს წვდომა დასავლეთის სანაპიროს ბიოსფერულ ნაკრძალზე.

კვალიფიციურ სან გიდების ჯგუფს მოჰყავთ ვიზიტორები ცენტრის გავლით საათნახევრიანი ტურით, რომლის დროსაც წარმოაჩენენ საკუთარ და თავიანთ საგვარეულო ცოდნას ლეგენდების, ცხოველთა კვლევის და სამკურნალო მცენარეების იდენტიფიკაციის შესახებ. ასევე ასწავლიან ვიზიტორებს სანის სიტყვებს და უყვებიან მათი მიღწევების შესახებ, თუ როგორ

⁷²<http://www.khwattu.org/>-უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული -10.06.2015

მოიპოვეს უფლებები მიწაზე და ინტელექტუალურ საკუთრებაზე. ცენტრი ყოველთვიურად 900-1,200 ვიზიტორს ემსახურება, მათ შორის საერთაშორისო ტურისტების რაოდენობა დაახლოებით 20% -ს შეადგენს.

ცენტრის ამოცანაა ტურიზმის სფეროს კონკურენტუნარიან გარემოში დომინანტი გახდეს. რთულია ღარიბი თემების და მათი არჩეული ლიდერების კულტურული რესტიტუციის, კონსერვაციის და მდგრადობის მნიშვნელობაში დარწმუნება. ცენტრში გიდები ცდილობენ დაამსხვიონ მოსახლეობის შესახებ შექმნილი სტერეოტიპები, რომელიც ტურისტებს ფილმებისა და სხვა მედია საშუალებებით შეექმნათ ადგილობრივი მოსახლეობის გარეგნობასა და ქცევაზე. მზარდ ტურისტულ ინდუსტრიაში იქმნება შემოსავლების ზრდის შესაძლებლობები, განსაკუთრებით მნიშვნელოვანია ფინანსური მდგრადობის მიღწევა.

სათემო ტურიზმი ტბაზე „ტიტიკაკა“ – პერუ⁷³

ეს პროექტი მდებარეობს პერუში, კაპაჩიკას მთასთან, ტბა ტიტაკაკაზე (Capachica Peninsula on Titikaka Lake). აქ მთავარია სოფლის ტურიზმის მიმართულებები. ამ პროექტის ინიციატორი გახლდათ ადგილობრივი საზოგადო მოღვაწე, Valentin Quispe Turpo, რომელსაც 1999 წელს მხარი დაუჭირა სხვადასხვა კერძო და ადგილობრივმა ორგანიზაციამ. სოფლის მცხოვრებლებს საშუალება აქვთ სტუმრად მიიყვანონ ტურისტები თავიანთ სახლებსა და ფერმებში, რათა გააცნონ წინაპრების მემკვიდრეობა და მათი კულტურა. დღის განმავლობაში ტურისტებს შეუძლიათ დაესწონ კულტურულ წარმოდგენებს, რომელიც შეიცავს ტრადიციულ ქსოვასა და თევზჭერას, მოსავლის აღებასა და სოფლის მეურნეობის სხვა ღონისძიებებს. ტურისტებს არამარტო მონაწილეობის მიღება შეუძლიათ ამ ღონისძიებებში, არამედ თავად ხდებიან თევზჭერისა და საფერმერო საქმის რიტუალების უშუალო შემსრულებლები. ლიაჩონის (Llachón) ვიზიტორები ძირითადად ევროპელები არიან. ტურიზმიდან მიღებული შემოსავლები ადგილობრივი მოსახლეობის სოციალურ-ეკონომიკური მდგომარეობის გაუმჯობესებას ხმარდება.

„გიგანტებისა და დრაკონების“ საპროცესო პორტრეტი – ბელგია/საფრანგეთი⁷⁴

⁷³<http://www.pie-peru.com/en/details/community-based-experience-in-llachon-lake-titicaca.html>–უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული -10.06.2015

⁷⁴http://www.unesco.org/culture/intangible-heritage/05eur_uk.htm–უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 10.06.2015

2005 წელს, „გიგანტებისა და დრაკონების“ საპროცესო პორტრეტი საფრანგეთსა და ბელგიაში მიღებული იყო, როგორც კაცობრიობის მემკვიდრეობის არამატერიალური და ზეპირსიტყვიერი ნიმუში. დღეისათვის 500–ზე მეტი ქალაქი ჩაბმულია ამ პროცესში. 1980 წლის შემდეგ როგორც საფრანგეთში ასევე ბელგიაში მათი რაოდენობა 120–ით გაიზარდა. პროცესები საშუალოდ იზიდავს ვიზიტორებს 500–დან 1000–მდე ქვეყნიდან, რომლებიც პირველად გვიან მეთოთხმეტე საუკუნეში გაჩნდა ურბანულ რელიგიურ პროცესებში. ის დღესაც გრძელდება ემბლემების სახით და იმ ქალაქებს უნარჩუნებს იდენტობას, სადაც მათი ცხოვრების ნაწილად რჩება კულტურა.

„გიგანტები“ და „დრაკონები“ ცხრა მეტრზე მაღალი და წონით 350 კილოგრამზე მეტი იყვნენ. ისინი წარმოადგენენ მითიურ გმირებსა თუ ცხოველებს, ადგილობრივ თანამედროვე მონაწილეებსა და მაცურებლებს, ეს წარმოდგენა კი იმართება წელიწადში ერთხელ, ზაფხულში ან შემოდგომაზე.

მაგალითად „ტარასკონის დრაკონის“ ფესტივალი, რომელიც იმართება ტარასკონში – საფრანგეთში, გვიჩვენებს ადგილობრივი ორგანიზატორები ფესტივალში დასაშვები ცვლილებების შეტანით თუ როგორ აღწევენ ბალანსს სიახლესა და ძველ ტრადიციებს შორის. ამ დროს სტრატეგიული მიდგომა და ელემენტების რაოდენობა უკვე კოორდინირებულია.

პირველ რიგში, საზოგადოებამ გადაწყვიტა, რომ ეს ფესტივალი არ უნდა ჩატარებულიყო მხოლოდ ადგილობრივ დონეზე, არამედ „ტარასკონის დრაკონი“ უნდა გამოჩენილიყო სხვა გამორჩეულ ადგილებში. იმისათვის, რომ თავიდან აეცილებინათ კონკურენცია სხვა რეგიონალურ ფესტივალებთან მიმართებაში მათ მიიღეს ასეთი წესი, რომ მონაწილეებს არ მიეღოთ მოსაწვევი, იმ ადგილიდან, რომელიც დაშორებული იქნებოდა ქალაქიდან 100 კილომეტრით.

მას შემდეგ, რაც იუნესკომ 2005 წელს, ეს ფესტივალი გამოაცხადა, როგორც არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობა „ტარასკონის დრაკონი“ გადავიდა სხვადასხვა ადგილებშიც, ანუ მან დაკარგა მხოლოდ რეგიონალური მასშტაბის ფუნქცია და გახდა საერთაშორისო. ის გადავიდა: ჩრდილოეთ საფრანგეთში, ესპანეთში, კანადაში, ინდოეთსა და იაპონიაში.

ამ მოგზაურობების დროს წამოიჭრა უამრავი გამოწვევა ფესტივალის წინაშე. სწორედ ამიტომ გადაწყვიტეს, რომ „ტარასკონის დრაკონი“ წარმოდგენილი იქნება, როგორც ფოლკლორული სპექტაკლი საზღვარგარეთ, მაგრამ შენარჩუნებული იქნება ტრადიციული ფორმით, ცვლილებების გარეშე ტარასკონში.

ამ ფესტივალის ერთ–ერთი მთავარი მონაწილე არჩეულ იქნა ადგილობრივი საკრებულოს მიერ. ის უზრუნველყოფს, რომ ბალანსი ტრადიციებსა და ტურიზმის განვითარებით ინოვაციებს შორის დაცულ იქნას.

ადგილობრივმა საკრებულომ დააფინანსა კიდევ ერთი, შუა საუკუნეების ფესტივალი, რომლის შთაგონება იყო ტრადიციული ბარიერები. ის ტარდება აგვისტოში და ძალიან პოპულარულია ტურისტებში.

სახალხო რეწვის ოსტატები, ანგორის ხელით რეწვის პროგრამა, კამბოჯა⁷⁵

იუნესკოს მსოფლიო მემკვიდრეობის ძეგლის ანგორის მახლობლად შეიქმნა პროგრამა, რომელიც მოიცავს სემინარებს, მაღაზიებს, აბრეშუმის ფირმებს და საცალო ბაზრობებს აეროპორტის მიდამოებში.

„The Chantiers-Ńcoles de Formation Professionnelle“-ს მიერ 1992 წელს შეიქმნა ინიციატივა 18-დან 25 წლამდე ახალგაზრდებისთვის ისეთი ხელოვნების დარგები ესწავლებინათ, რომელიც მათ შემოსავლის მიღებაში დაეხმარებოდა. პროგრამაში ყურადღება გამახვილებული იყო ახალგაზრდებზე სოფლებიდან, რომლებსაც არ ჰქონდათ მიღებული განათლება. 1998-2001 წლებში ორგანიზაციას დაერქვა ახალი სახელი „Artisans d’Angkor“ და მიიღო ფინანსური დახმარება ევროკავშირისაგან პროგრამის სახელით REPLIC(Programme Rural d’Education Professionnelle et Logique d’Insertion au Cambodge). 2003 წელს, განვითარების ფრანგულმა სააგენტომ გამოყო დამატებითი რესურსები კომპანიის თვითმმართველობის დასახმარებლად. ის ახლა სრულიად თვითდაფინანსებით სარგებლობს, არის დამოუკიდებელი, დაფინანსებას იღებს ქვის სკულპტურების, ხის ორნამენტების და აბრეშუმის ნახატების პირდაპირი გაყიდვებით.

ყოველდღიური სემინარები საშუალებას აძლევს სტუმრებს გაიგონ მეტი რეგიონების არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის, თავად პროექტისა და ხელოვნების მომზადების შესახებ. ისინი აგრეთვე საინტერესო გაკვეთილებს იღებენ არაკანონიერი სიძველეების მოპოვების შესახებ, რამდენადაც ბევრი ქვის სკულპტურა მზადდება იმისათვის, რომ ჩაანაცვლოს ახლოს მდებარე ანგორის ტაძრის ნიმუშები, რადგან ორიგინალი შავ ბაზარზე იყიდება.

⁷⁵<http://www.artisansdangkor.com/>–უკანასკნელად იქნა გადამოწმებული - 07.06.2015

იუნესკოს ექსპერტთა პალატამ ხელოვნებისათვის ბრწყინვალეების ორდენით დააჯილდოვა ორი ხელოვნების ნიმუში სახელწოდებით “სანთლის მპყრობელი“ და „კრამას თასი პიკნიკისათვის“. ეს ჯილდო გადაეცემა პროდუქტებს, რომლებიც გამოირჩევიან მაღალი ხარისხის სტანდარტით, ინოვაციით, კულტურის ავთენტურობით, სოციალურად და გარემოს სარგებლიანობით.

ანგორის ხელოვნები აგრეთვე ცნობილი არიან იმით, რომ მკაცრად ემორჩილებიან კამბოჯის შრომის კანონმდებლობას, რომელიც კრძალავს ბავშვთა მუშაობას, ძალდატანებით სამსახურსა და სხვა შეურაცხყოფელ საქმიანობას. მისი შექმნის დღიდან მოყოლებული, კომპანიამ დაამკვიდრა პირველი სოციალური პოლიტიკა კამბოჯაში. მათმა ხელოვნებმა დაამკვიდრეს ასოციაცია სახელწოდებით “Artisanat Khmer“, რომლის აქციების 20% ეკუთვნის კომპანიას, რათა მათ შესაძლებლობა ჰქონდეთ გადაწყვეტილების მიღების პროცესში ჩაერთონ. კომპანია მომავალში ყველა ხელოვნის უზრუნველყოფს მუდმივი სამუშაო ადგილით, მისი სოციალური ფონდი კი ხელოვნებსა და სხვა თანამშრომლებს სამედიცინო და სოციალური კეთილდღეობით.

იგი ამკვიდრებს პრო-აქტიურ პოლიტიკას შეზღუდული შესაძლებლობების მქონე პირთა დასასაქმებლად. მათი ოსტატების 5%-ს გარკვეული ფიზიკური უნარის შეზღუდვა ახასიათებთ(განსაკუთრებით ეს შეეხება ისეთ ადამიანებს, რომლებმაც დაკარგეს კიდურები ნაღმზე).

კოზარა, ეთნიკური ფესტივალი – ბოსნია და ჰერცეგოვინა⁷⁶

სოფლის მეურნეობის განვითარების სტრატეგიების ფარგლებში ჩაფიქრებულია სერბთა(Srpska) რესპუბლიკის, ქალაქ ბანია ლუკას(Banja Luka) განვითარების სტრატეგია და სცეციფიკური ადგილის ტურიზმის სტრატეგია. პროექტი დაიწყო 2005 წელს ადგილობრივი მაცხოვრებლების, ბანია ლუკას ტურისტული საბჭოს და კულტურულ-შემოქმედებითი ასოციაცია კუდ პისკავიცას(KUD Piskavica) წევრების მიერ. ფესტივალი პირველად ჩატარდა ევროკავშირის და ქალაქ ბანია ლუკას დაფინანსებით. ამ დროისათვის კი ფინანსდება კოზარას მუნიციპალიტეტის, ტურიზმის საერთაშორისო დონორების, ადგილობრივი სპონსორების მიერ. ძირითადი დაინტერესებული მხარეებია ადგილობრივი მოსახლეობა და ხელისუფლება,

⁷⁶http://www.kozaraethno.com/index.php?option=com_k2&view=item&id=190:zavr%C5%A1en-7-kozarski-etno-2011&lang=en—უკანასკნელადიქნაგადამოწმებული -10.06.2015

სამეცნიერო დაწესებულებები, კულტურულ-შემოქმედებითი ასოციაციები, ფოლკლორული მუსიკის და ცეკვის ანსამბლები, არასამთავრობო ორგანიზაციები და ტურისტები.

კოზარას რეგიონი მოიცავს ცხრა მუნიციპალიტეტს. ოთხდღიანი ფესტივალი, რომელიც ტარდება იენისში, მთელი წლის განმავლობაში სოფლის ტურიზმის განვითარებაში, როგორც კატალიზატორი მოქმედებს. ფესტივალში წლიური მონაწილეობის ფუნქციით სარგებლობს კულტურის ასოციაციების წევრები (200–დან 400 წევრამდე), მუსიკალური ბენდები. იქმნება მრავალფეროვანი კულტურული აქტივობები ტურისტებისათვის. თითოეულ მონაწილე სოფელს აქვს ეკო–ეთნო ნაციონალური ბაზარი, სადაც ადგილობრივი მოსახლეობა ყიდის პროდუქტებს ტურისტებზე. მიუხედავად იმისა, რომ გამართული ღონისძიებების დროს ტურისტებს საშუალება აქვთ იურთიერთონ სხვებთან, ასევე ფესტივალის სტუმრებს საშუალება ეძლევათ დაათვალიერონ მათი საცხოვრებელი ადგილი ფესტივალის მიმდინარეობის დროს. 2011 წელს „Banja Luka“ და „KUD“ – ის საბჭოს წევრებმა შექმნეს პირველი კომერციულ–ეთნიკური ტურისტული პროდუქტი ბოსნია და ჰერცეგოვინაში, რომელიც მოიცავს: ეთნო სახლში ვიზიტს, გამოფენას ტრადიციული ელემენტებით, ბაზრობაზე ვიზიტს და **ხალხური ცეკვის** გაკვეთილზე დასწრებას.

ადგილობრივი მოსახლეობა, რომელსაც მხარი დაუჭირა „Banja Luka“– ს საბჭომ აქტიურად არის ჩართული ფესტივალის ორგანიზებასა და ტურიზმის განვითარების ხელშეწყობაში. ისინი ასევე სარგებლობენ სპეციალურად მათზე მორგებული სასწავლო კურსებით, სემინარებით. მოსახლეობა და კულტურული ასოციაციები ასევე ჩართულნი არიან კულტურულ მემკვიდრეობაზე ინფორმაციის შეგროვების პროცესში, სტუმართმოყვარეობის წარმოჩენაში, გასართობი და კულტურული ღონისძიებების დაგეგმვასა და ადგილობრივი საკვებისა და სასმელის მიწოდებაში.

ღონისძიება ხელს უწყობს კოზარას მთის რეგიონის წინწაწევას ფართო ევროპული საზოგადოებისაკენ, შესანიშნავი "word of mouth" მარკეტინგით უფრო ფართო საერთაშორისო აუდიტორიას იზიდავს. 2010 წელს 400 მონაწილე რვა ევროპის ქვეყნიდან ესტუმრა ფესტივალს, ისევე, როგორც 10,000–ზე მეტი ვიზიტორი, რომელთა შორის ერთი ან ორი შეიძლება ყოფილიყო ტურისტი. წელიწადის სხვა დროს კიდევ 1,000 სტუმარი ეწვია მას. ტურიზმის ზრდა ადასტურებს, რომ ადგილობრივ საზოგადოებაზე დადებით გავლენას ახდენს კულტურული გაცვლა და მათი უშუალო მონაწილეობა ტრადიციული ღირებულებების დაცვასა და შენარჩუნებაში. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის აქტივების ჩვენებამ ფესტივალის დროს გააძლიერა ადგილობრივ მოსახლეობაში მათი კულტურის გაგება. ყველა სტუმარი და

ღონისძიების მონაწილე რჩება სოფელში ოჯახებში, ამიტომაც ეკონომიკური სარგებლის ნაწილი მოგების სახით უბრუნდება ადგილობრივ საზოგადოებას.

დანართი 2.

არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტის/ძეგლის სააღრიცხვო ბარათის შევსების წესი

1. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტის/ძეგლის სააღრიცხვო ბარათი წარმოადგენს ობიექტისათვის ძეგლის სტატუსის მინიჭების, ან არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტთა სიაში/რეესტრში შეტანის შესახებ მინისტრის სამართლებრივი აქტის დანართს, არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ძეგლების/ობიექტთა სიაში/რეესტრში შეტანილი ობიექტის იდენტიფიკაციისათვის აუცილებელ ზოგადი ინფორმაციის შემცველ დოკუმენტს.

2. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტის/ძეგლის სააღრიცხვო ბარათი დაყოფილია პუნქტებად. სააღრიცხვო ბარათი მოიცავს მისი შევსების მომენტისათვის არსებულ, ობიექტის/ძეგლის იდენტიფიცირებისათვის საჭირო პირველად მონაცემებს და დამატებით განახლებად მონაცემებს.

3. არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტის/ძეგლის იდენტიფიცირებისათვის საჭირო პირველადი მონაცემებია:

3.1 ბარათის საიდენტიფიკაციო კოდი №(ასეთის არსებობის შემთხვევაში, კოდირების ერთიანი ეროვნული სისტემის შემუშავებამდე);

3.2 მითითება ობიექტის/ძეგლის ამსახველ ფოტო/ვიდეო/აუდიო ფაილზე;

3.3 ძეგლის/ობიექტის სახელწოდება;

3.4 გავრცელების არეალი, სადაც უნდა მიეთითოს:

ა) ამჟამინდელი გავრცელების არეალი, რომელიც იდენტურია მოცემული არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის მატარებელი საზოგადოების დაახლოებითი მისამართის – ადმინისტრაციული ერთეულის (ავტონომიური რესპუბლიკა, რეგიონი, ქალაქი, დაბა, სოფელი) სახელწოდება, ქალაქის რაიონის, უბნის ან თემის სახელწოდება;

ბ) ისტორიული გავრცელების არეალი. ამ პუნქტში უნდა მიეთითოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტის/ძეგლის გავრცელების გეოგრაფიული/ისტორიული არეალი, ისტორიული მხარე, გეოგრაფიული ერთეულის სახელწოდება, ისტორიული დასახლების სახელწოდება;

გ) წარმოშობის ადგილი. აქ უნდა მიეთითოს არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ობიექტის/ძეგლის წარმოშობის ადგილი, თუ კი ასეთი არის ცნობილი;

4. სახეობა

აღნიშნულ პუნქტში უნდა მიეთითოს ობიექტის/ძეგლის შესაბამისი სახეობა/სახეობები. მაგალითად:

4.1 ზეპირი ტრადიციები და გამოხატვის ფორმები

აღნიშნული შესაძლებელია მოიცავდეს: ა) ენას (დიალექტი, საუბრის სახეობა), ბ) ზეპირსიტყვიერების ნიმუშებს (ლეგენდა, ზღაპარი, იგავი, ანეგდოტი, ლექსი, შაირი, პოემა, ეპოსი, ლოცვა, შელოცვა, დატირება, ეპიტაფია და სხვა), გ) ტრადიციებს, ან დ) ზეპირსიტყვიერებასთან დაკავშირებულ სხვა არამატერიალურ კულტურულ მემკვიდრეობას;

4.2 საშემსრულებლო ხელოვნება

აღნიშნული შესაძლებელია მოიცავდეს: ა) სასცენო ხელოვნებას (თეატრი, პანტომიმა, ცეკვა/ქორეოგრაფია და სხვა), ბ) მუსიკას (სიმღერა, საგალობელი და სხვა), გ) საშემსრულებლო ხელოვნებასთან დაკავშირებულ სხვა ნიმუშებს (ინსტრუმენტები, კოსტიუმი, კულტურული სივრცეები და სხვა)

4.3 საზოგადოებრივი პრაქტიკები

აღნიშნული შესაძლებელია მოიცავდეს: ა) ყოფით ტრადიციებს (ტრადიციული კანონები, თემისათვის დამახასიათებელი ცხოვრების წესი, მისაღმების ფორმა, თამაში და სხვა) ბ) რელიგიურ ტრადიციებს (რიტუალები: დაბადება, ინიციაცია, ქორწინება, გარდაცვალება და სხვა), გ) რელიგიურ და სახალხო დღესასწაულებს, ცერემონიებსა და კარნავალებს და სხვა, დ) გასტრონომიას (ღვინისა და სხვა ალკოჰოლიანი და გამაგრილებელი სასმელების დამზადება-გამოყენება, ტრადიციული პროდუქტების და კერძების დამზადება და სხვა) ე) ნაციონალური კოსტიუმი (სამკაული, ვარცხნილობა, ტექსტილის დამზადება-გამოყენება და სხვა) და ვ) ბუნებრივი რესურსების განკარგვას (სიმბოლური, სპირიტუალური ადგილები (მაგ. ხატის ტყე), ტრადიციული მიწათსარგებლობის ფორმები და სხვა);

4.4 გარესამყაროსთან დაკავშირებული გამოცდილება

აღნიშნული შესაძლებელია მოიცავდეს: ა) ბუნებრივი რესურსების: წიაღისეულის და ბუნებრივი წყლების მოპოვება-გამოყენებას, ტყის და სამოვრების გამოყენებას, ბ) ხის, ყავრის დამზადება-დამუშავებას, გ) მონადირეობა-მეთევზეობის ადათ-წესებს, დ) სოფლის მეურნეობის ტრადიციულ დარგებს, ე) ხალხურ მედიცინას (სამკურნალო ბალახების მოპოვება-გამოყენება და სხვა);

4.5 ხელოსნობის დარგები და ტექნიკა

აღნიშნული შესაძლებელია მოიცავდეს შემდეგს: ოქრომჭედლობა, მინანქარი, ხატწერა, მინიატურები, კალიგრაფია, მეტალის დამუშავება, ხის დამუშავება, მეთუნეობა, ქარგვა, კერვა, ტექსტილი, ქვის დამუშავება, სოფლის მეურნეობის იარაღების, მუსიკალური ინსტრუმენტების წარმოების ტექნოლოგიები და სხვა;

5. წარმოშობის ეპოქა (პერიოდი, საუკუნე, ზუსტი თარიღი)

ამ პუნქტში უნდა მიეთითოს ზუსტი/დაახლოებითი/სავარაუდო წარმოშობის თარიღი.

6. სტატუსი და კატეგორია

აღნიშნულ პუნქტში აისახება ძეგლის/ობიექტის სამართლებრივი დაცვის ისტორია, რომელშიც უნდა მიეთითოს:

6.1 ობიექტის/ძეგლისათვის მინიჭებული სტატუსი, მისი მინიჭების თარიღი, მიმნიჭებელი ორგანიზაცია, დოკუმენტის №;

6.2 ობიექტის/ძეგლისათვის მინიჭებული კატეგორია, მისი მინიჭების თარიღი, მიმნიჭებელი ორგანიზაცია, დოკუმენტის №;

6.3 ძეგლის არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის სახელმწიფო რეესტრში შეტანის შემდგომ მოცემული პუნქტის შესაბამის გრაფაში ასევე აღინიშნება რეესტრში შეტანის თარიღი და ნომერი;

7. ფუნქცია

აღნიშნულ პუნქტში უნდა მიეთითოს ობიექტის/ძეგლის თავდაპირველი და ამჟამინდელი ფუნქცია, რომელიც შეიძლება იყოს საერო, სამრეწველო, რელიგიური და ა.შ., პუნქტში ასევე უნდა მიეთითოს, ობიექტის/ძეგლის როგორც ზოგადი, ასევე კონკრეტული ფუნქცია;

8. დაცვა, გამოყენება, აღორძინება

ამ პუნქტში უნდა მიეთითოს ზოგადი ინფორმაცია იმ ფიზიკური და იურიდიული პირების, თემების შესახებ, რომლებიც აღნიშნულ ობიექტს/ძეგლს იცავენ, იყენებენ პრაქტიკაში ან მუშაობენ მის აღორძინებაზე;

9. მოკლე აღწერა აღნიშნული პუნქტი მოიცავს ობიექტის/ძეგლის იმ ძირითადი მახასიათებლების მოკლე აღწერას, რისთვისაც მას მიენიჭა ძეგლის/ობიექტის სტატუსი;

10. დღევანდელი მდგომარეობა

აღნიშნული მოიცავს ინფორმაციას ობიექტის/ძეგლის დღევანდელი მდგომარეობის შესახებ და იყოფა შემდეგ ქვეპუნქტებად:

10.1 ზოგადი შეფასება, რომელიც მოიცავს ობიექტის/ძეგლის ამჟამინდელი მდგომარეობის ზოგად შეფასებას შემდეგი კრიტერიუმებით: ა) პრაქტიკაში ფართოდ გამოყენებადი,

ბ) საშუალოდ გამოყენებადი, გ) მინიმალურად გამოყენებადი, დ) გამოყენებადი სახეცვლილი ფუნქციით, ე) მივიწყებული, ვ) აღორძინების პროცესში;

10.2 მდგომარეობის მოკლე აღწერა, მოიცავს ამჟამინდელი მდგომარეობის მოკლე აღწერას;

10.3 მოსალოდნელი რისკები, მოიცავს ინფორმაციას მოსალოდნელ რისკების შესახებ;

11. არსებული დოკუმენტაცია და ბიბლიოგრაფია

აღნიშნულ პუნქტში უნდა მიეთითოს ობიექტის/ძეგლის შესახებ არსებული საადრიცხვო ბარათი, უახლესი ან საარქივო გრაფიკული/ვიდეო/აუდიო მასალა, ბიბლიოგრაფია. დოკუმენტის მითითებისას უნდა აღინიშნოს მისი დასახელება, შესრულების დრო და შენახვის ადგილი;

12. დამატებითი ინფორმაცია (შენიშვნები)

პუნქტი ივსება საჭიროების შემთხვევაში და შეიტანება იმ სახის ინფორმაცია, რომელიც არ არის გათვალისწინებული ბარათის პუნქტებით, მაგრამ წარმოადგენს მნიშვნელოვან ინფორმაციას ობიექტის/ძეგლის შესახებ.

13. სტატუსის მინიჭების ინიციატორი

პუნქტში მიეთითება ინფორმაცია არამატერიალური კულტურული მემკვიდრეობის ნიმუშისათვის ძეგლის სტატუსის მინიჭების ინიციატორ ფიზიკურ ან იურიდიულ პირზე;

14. ბარათის შემდგენელი

პუნქტში მიეთითება ბარათის შემდგენელი პირის სახელი, გვარი და პროფესია.

15. ბარათის შედგენის თარიღი პუნქტში მიეთითება ბარათის შედგენის წელი, თვე, რიცხვი.