

# THE SILK ROAD AS A TOURIST PRODUCT: INTEGRATING HISTORY, CULTURE AND ECONOMY

by Sonya Alexieva, New Bulgarian University

**ABSTRACT:** The paper summarizes the significance of the Silk Road in integrating history, culture, and economy and its importance in boosting the East – West dialogue and relations. It analyzes the place and role of the Silk Road which emerged in the last century B.C. under the Han Dynasty as a bridge between Eastern and Western civilization and economy. Special emphasis is placed on how the Silk Road, which begins in China and reaches North Africa across Central, South, and Western Asia, became an opportunity to spread the achievements of ancient Chinese civilization to the rest of the countries.

The paper presents several initiatives of the UNESCO and the World Tourism Organization, such as the Silk Road Destinations, the Silk Road Transatlantic Alliance, and others, which are aimed at turning this unique ancient route into an opportunity to enhance international cooperation in the fields of culture, trade, tourism, and science. Is it possible to offer the Silk Road as a tourist product in the global marketplace and how should it be done? What countries are investing today in marketing, advertizing, and new technologies to attract an increasing number of tourists and what do they do to achieve this goal? What are the tourism routes along the Silk Road today, and how are they promoted? How can tourism develop but also preserve the unique tangible and intangible heritage of the countries along the Silk Road through the integration of history?

The development of cultural tourism today is illustrated by some examples of how China and other countries successfully invest in the development of an international tourist industry, capitalizing on the Silk Road and its ancient wealth. Part of these countries' marketing, advertising, and PR activities aimed at image-building and branding of their tourism product as a whole are also analyzed. The paper outlines the tangible results of the development of a tourism product based on the Silk Road such as upgrading the infrastructure, generating new jobs, integrating economy and culture, and increasing the international tourist flow to a unique and very promising project.

## „ПЪТЯТ НА КОПРИНАТА“ КАТО ТУРИСТИЧЕСКИ ПРОДУКТ: ИНТЕГРИРАНЕ НА ИСТОРИЯТА, КУЛТУРАТА И ИКОНОМИКАТА

Соня Алексиева, Нов български университет

Важността на Пътя на коприната за интегрирането на историята, културата и икономиката и неговото значение от древността до днес са в основата на стимулирането на диалога и връзките между Изтока и Запада. Определян като мост между цивилизации, култури, религии и традиции, уникалният път с дължина 12 800 км създава условия за търговски, комуникационен и межкултурен обмен на знания, информация и човешки опит. Създаден около II век пр. Хр., по времето на династия Хан, той е мост между китайската и западната цивилизация.

Името *Път на коприната* (*Seidenstraße*) е използвано за пръв път от немския географ Фердинанд фон Рихтхофен<sup>1</sup>, автор на фундаменталния труд „*Kumai*“. Пътят свързва три континента (Азия, Европа и Африка) - тръгва от Китай, прекосява Афганистан, Индия, Иран, Ирак, Сирия и Турция и достига до Рим, Италия.

Значението на Пътя на коприната се определя, на първо място, от възможността за разпространение на постиженията на древната китайска цивилизация в другите страни. На второ място, Пътят на коприната, като древен мост между китайската и западната цивилизация, е най-известният търговски канал, преминавал през цяла Азия и свързвал азиатския и европейския континент.

Преди 5000 години китайците започнали да отглеждат копринените буби и да произвеждат коприна. Според археологическите проучвания, „*още през късния неолит жителите по поречието на реките Хуанхъ и Яндзъ вече знаели да правят копринени нишки, ленти и тъкани...*“ (Zhang 2009:11). В Китай, доказват историците, владеели технологията за производство на коприна поне от времето на династия Шан. За да достигне до Запада, красивата коприна, която омагьосвала чужденците и била „*по-скъпоценна от златото*“, изминавала дълъг търговски път, който исторически става известен като Пътят на коприната.

От легендата за коприната, Жълтия император и „*Богинята на копринените буби*“, през йероглифите за обозначаване на понятията „копринена буба“, „черница“, „коприна“ и „копринена нишка“ в надписите върху кост и костенуркови коруби, до интересната история в книгата „*Да-Тан Си-Ю Ци*“ („*Пътешествия из Западните краища при династията Тан*“) на китайския будистки монах Сюандзан (Zhang 2009:12), ефирната тъкан е част от митовите, тайните и историята на Китай.

Освен сухоземните, известен е и морски път на коприната (от днешния град Гуанджоу, през малайския проток, Шри Ланка и Индия до Африка). Маршрутът на т.нар. „*Сухоземен път на коприната*“ включва Южен участък на пътя (от Дунхуан, планините Кунлун и Арабския полуостров до Римската империя) и Северен участък (от Дунхуан, през Централна Азия и на югозапад до сливането с южния участък). С морския път на коприната се свързват известните, често оспорвани, пътувания на италианския пътешественик Марко Поло до Китай, където живял 17 години<sup>2</sup>. Ръкописът на известната му книга „*Пътешествията на Марко Поло*“ се пази днес в Париж, а 200 години след издаването ѝ я прочита Колумб и започва да търси морски път към Китай и Индия.

„Много неща в тази книга за Изтока – история, география и култура – били не само нови за европейците, но дори и трудни за вярване. Банкнотите, които китайците започнали да използват още от династия Тан и Сун, наред с книгопечатането и барута, били смятани за новости. Възлицата, които още не били открити в Европа, се използвали в Китай още от времето на династия Хан (206 пр. Хр. - 220 сл. Хр.), а град Ханджоу със своите 3 000 обществени бани и 100 000 домове изглеждал просто фантастичен...” (Wang, Shi 2009:16). Според някои автори, Николо Пиколо, бащата на Марко Поло, организира експедиция във вътрешността на Азия с цел откриването на нови пазари и пътувал по път, който наричали „древния Път на подправките и коприната” (Колев 2009:58).

В древността – с над 2 000-годишна история, легендарният път играе изключителна търговска роля, пренасяйки прочутата китайска коприна по маршрута си: от Западната порта на великия град Сиан, през провинциите Шанси, Гансу, Нинся, Цинхай и Синдзян-уйгурския район, през бившите съветски републики от централна Азия, през Афганистан, Иран, Ирак и Сирия – до източния бряг на Средиземно море... Между легендите и действителността са пътеписите, разказите и книгите на десетки мисионери, търговци, пилигрими, занаятчии и странстващи пътешественици, по чиито стъпки днес тръгват изследователи, учени, писатели, журналисти, фотографи и авантюристи. Те привличат към Пътя на коприната всяка година все повече туристи от цял свят.

Днес, като един от най-интересните и посещавани туристически маршрути, той привлича с разположените по пътя си десетки паметници на културно-историческото наследство, включени в списъка на ЮНЕСКО, с градове, музеи и природни пейзажи, както и със срещата с различни национални традиции, фолклор и кулинария. Сред най-атраktivните за посещение, например, за туристите и днес са пещерите Могао в планината Минша на 25 км югоизточно от гр. Дунхуан (в списъка на световното културно наследство на ЮНЕСКО от 1987 г.). Тук са издълбани повече от 600 пещери, в над 460 от които са съхранени статуи и стенописи, известни като „библиотека върху стените”.

Как туризмът може да включи този уникален древен път между Китай и Европа, Азия и Африка с изключителен принос за размяна на материалната и духовната култура между Изтока и Запада, в развитието на съвременната икономика и култура? Как различни международни и национални проекти за привличане на туристи инвестират в имиджа на Пътя на коприната?

Културният обмен между различните народи, култури и религии от древността до днес надгражда в днешния туристически Път на коприната нови послания в межкултурните контакти и срещи на пътуващите хора от цял свят. Като вечен път на религиите той запознава и обогатява познанията за християнството, мюсюлманството, несторианството, даоизма, будизма, зороастризма, тибетския ламаизъм.

В контекста на съвременното утвърждаване на понятието „туристически продукт” с неговите основни същностни характеристики, усилията на десетки страни, туристически организации, асоциации, туроператорски сдружения и др. са в посока на разработване на Пътя на коприната:

- като древна и уникална туристическа дестинация
- като признат феномен, част от световното културно-историческо наследство.

На първо място, туристическият продукт се дефинира (Maggi, R.) като „своеобразна амалгама от материални и нематериални блага, представени на туриста във връзка с неговото пътуване и пребиваване, както и всичко онова, което прави възможно туристическото потребление”, подчертават авторите (Нешков 2007:179), които изследват понятието.

На второ място, като абстрактно по своя характер и сложно по съдържание понятие, туристическият продукт обозначава „специфична част от обществения продукт, предназначена да удовлетворява индивидуални туристически потребности, като обединява във времето и пространството различни блага (услуги, стоки) и условия за тяхното създаване и ползване” (Нешков 2007:181).

Пътят на коприната (както и Пътят на нефрита, Пътят на чая и др.) обединява някои от най-сложните особености, с които се характеризира съвременният туристически продукт. Той е хетерогенен (разнороден), неделим (еднороден), уникален (неповторим), комплексен, неосезаем (абстрактен), динамичен (променлив), времево и пространствено „закрепостен” (неподвижен).

Сред най-трудните и предизвикателни изисквания в процеса на формирането на този туристически продукт е именно неговата уникалност (неповторимост), а това е основната причина, ограничаваща възможността да бъде стандартизиран и уеднаквен. В същото време, сред най-големите предизвикателства пред маркетинга, рекламата и публичен рилейшънс в рамките на интегрираните маркетингови комуникации, този туристически продукт разполага с уникални, но териториално обособени и ограничени природни и антропогенни ресурси, необходими за неговото създаване. В този смисъл, не само създаването, но и „потреблението” на Пътя на коприната като специфичен туристически продукт, го дефинира в най-предпочитаните, но най-трудните за реализиране видове:

- *културно-познавателен* или *научно-познавателен туристически продукт*, което изисква акцент върху уникалност, специализация, динамично потребление;

- *специализиран туристически продукт*, който предлага възможности за изучаване на култури и религии; творчество и откривателство; приключения и силни усещания; участие в различни исторически, културни и фолклорни празници; специални събития и др.

Именно нетрадиционното, индивидуалното, персонализираното потребление на този вид туристически продукт изисква при създаването и реализирането му: инвестиране в утвърждаването на една световна легенда; акцентирание

върху науката (история, археология, архитектура, антропология, етнография...); динамично промоциране на един нестандартен и труден маршрут.

Какви са и как се популяризират различните туристически маршрути по Пътя на коприната днес? Как чрез интегрирането на историята, културата и икономиката, туризмът може да развива, но и да запазва уникалните паметници на материалната и духовна култура в различните страни по Пътя на коприната? Възможно ли е и как може да се представи на световния туристически пазар Пътят на коприната като туристически продукт с изключително бъдеще? Кои страни и как инвестират днес в развитието на маркетинга, рекламата, новите технологии с цел привличането на все повече туристи? Всички тези въпроси, които очаква туристическата индустрия, започват от реалните факти, проблеми и възможности, свързани с уникалния бранд.

Според оценката на Световната туристическа организация, „като туристически продукт Пътят на коприната има редица особености, които го отличават от класическите маршрути. Например, класическият тур в туризма – това по правило е пътуване в една страна. Докато тук става дума за транснационален маршрут, когато туристът има възможност да посети редица страни, да се запознае с тяхната древна култура и съвременно развитие и да получи много по-голям обем впечатления и знания”, подчертават експертите от Great Silk Road<sup>3</sup>, визирайки ролята на WTO в популяризирането на Пътя на коприната.

Инициативи на Организацията на Обединените нации за образование, наука и култура (UNESCO) и Световната туристическа организация (WTO) и проекти като: Silk Road Destinations, Silk Road Transatlantic Alliance, както и Silk Road Travel Association, Silk Road Network, инвестират в уникалния древен път като възможност за засилване на международното сътрудничество в областта на културата, търговията, туризма и науката.

През 1988 г. UNESCO започва реализацията на 10-годишен проект „Изучаване на Пътя на коприната – път на диалога”. Той включва конкретни действия за всестранно и обемно изучаване на историята на древните маршрути и установяване на тесни контакти и партньорство между Изтока и Запада. През 1993 г. на заседание на Генералната асамблея на ООН е прието решение за възраждането на Пътя на коприната като важен канал за международно сътрудничество в областта на икономиката, дипломатията, културата, науката, търговията и туризма.

През 1994 г. WTO съвместно с UNESCO провежда в Узбекистан първото международно заседание „Великият път на коприната”, където 19 страни приемат известната Самаркандска декларация за развитие на легендарния маршрут като транснационален туристически маршрут. През 1996 г., на международния форум на WTO в Сиан (Китай) е приет новият маркетингов план, подписан от всички страни-участнички. Присъстват представители на UNESCO и ПРООН, 110 водещи мениджъри на туристически компании, учени и журналисти от над 25 страни, туроператори, собственици на най-големите хотелски вериги. В Сиан WTO за първи път получава възможността да помогне на страните по древния път като установи реални делови контакти с туроператорите от основните международни пазари.

Актуалното и съвременното рекламиране на уникалното културно-историческо наследство по Пътя на коприната включва: провеждане на специални събития (културно-историческо наследство, култура, образование, спорт); участие в международни изложения, борси и професионални проекти; издаване на разноезични рекламни-информационни материали; активно използване на социалните мрежи; популяризиране на експедиции, пътешествия и различни изследвания; промоциране на най-известните монографии, пътеписи, специализирани издания, публикации, туристически справочници и карти.

В подкрепа на утвърдения маркетинговия план, всяка година, маршрутът се рекламира и промоцира все по-активно на най-големите международни туристически борси в Европа – в Мадрид, Берлин, Москва и Лондон. Десетки конференции, туристически форуми, специални събития, фестивали и конкурси, съвместно реализират през годините страните по Пътя на коприната в налагане и утвърждаване на уникалния си туристически продукт.

Голяма роля за възраждането и популяризирането на древния път има WTO, която реализира дългогодишен туристически проект „Великият път на коприната”<sup>4</sup>, като го подкрепя и рекламира като сложен транснационален маршрут за международен туризъм. Днес този проект има вече подкрепата на 19 страни. Целта им е изграждането на изключително атрактивен бранд, в който посланието за Пътя на коприната го налага: като своеобразен феномен в историята на човечеството и неговия стремеж за запазване на световните културни ценности; като начин за подобряване на диалога и комуникациите; като път към по-активен културен обмен на добри практики и нови идеи в динамиката на съвременния туризъм.

В областта на маркетинга, рекламата и PR по изграждане на бранд на туристическия продукт като цяло, на най-престижния туристически форум в Европа през 2011 г. в Германия (ITB Berlin), неслучайно акцентът е върху изключителното влияние на Пътя на коприната. То е не само върху формирането на политическото, икономическото и културното устройство на страните, където са преминавали различните маршрути, но и върху духовните ценности, културната обмяна и религиозните идеи на хората.

Част от страните-участнички (Китай, Киргизия, Казахстан, Узбекистан и др.) участват в активизирането на дейността по превръщането на Пътя на коприната в уникален туристически продукт чрез съвместната подготовка за внасяне на документите за включването му в списъка на световното наследство на ЮНЕСКО. Вече е факт споразумението между министрите на транспорта на европейски и азиатски държави за реални инвестиции в съживяването на Пътя на коприната и различни други стари търговски маршрути, свързвали и свързващи двата континента.

Предстои прилагането на серия от проекти с международно партньорство на стойност около \$ 43 млрд. за разработване на различни мултинационални турове. Целта е да бъдат отстранени досегашните пречки пред нормалните търговски отношения по маршрутите до края на 2014 г. Това включва, от една страна, инвестиции в съществуващите пътища и пристанища; оптимизиране на железопътната инфраструктура; облекчаване на процедурите по граничния контрол в десетки държави и т.н.

От друга страна, сред най-важните приоритети са съхраняване и запазване на уникалното материално наследство и на огромното нематериално наследство, предавано от поколение на поколение (обичаите, знанията и уменията и свързаните с тях инструменти, предмети, артефакти и културни пространства), според Конвенцията<sup>5</sup> за опазване на нематериалното културно наследство.

Разработването на Пътя на коприната като туристически продукт, заедно с утвърдения му имидж на един от най-привлекателните днес туристически маршрути, допринася за развитието на инфраструктурата и за увеличаването на работните места в отделните страни, но още повече за интегриране на икономиката и културата, за нови инвестиции в науката и образованието, както и за увеличаване на международния туристопоток към един уникален проект с голямо бъдеще.

#### **БЕЛЕЖКИ:**

1. Наименованието „Път на коприната”, свързващ Изтока и Запада, било въведено от географа Фердинанд фон Рихтхофен едва през 1877 г. и не е използван под това име, когато за първи път е изминат от китайския пътешественик и дипломат Джан Цян, изпратен на дипломатическа мисия на Запад от династия Хан.
2. В книгата „Пешком от Памир - По стъпките на Марко Поло” (изд. Zhongguo Qingnian Chubanshe, Пекин, 2004), авторът Уън И отбелязва на картата с пътуването на Марко Поло маршрута му и градовете, през които преминава: от Памирското плато по продължението на Южния път на коприната в Синдзян-уйгурския автономен район в посока изток.
3. В регионалния проект Silk Road Destinations са обединени усилията на десетки туристически организации, които представят Пътя на коприната като туристически продукт на международните пазари с подкрепата на WTO. В проекта (<http://www.silkroad.travel/>) участват Китай, Армения, Грузия, Азербайджан, Туркменистан, Узбекистан, Таджикистан, Киргизстан и Казахстан.
4. Дългосрочният проект „Великият път на коприната” е подробно представен в сайта на WTO (<http://silkroad.unwto.org/en>) и в сайта на Silk Road Destinations (<http://www.silkroad.travel/great-silk-road>).
5. Конвенцията за опазване на нематериалното културно наследство (Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage) има за цел опазване на нематериалното културно наследство и е приета в Париж през 2003 г. (ратифицирана у нас със закон от 40-то НС през 2006 г. - <http://www.unesco.org/culture/ich/doc/src/00009-BG-PDF.pdf>).

#### **ЛИТЕРАТУРА:**

Zhang 2009: Zhang Y. Story of the Silk Road. Beijing: China Intercontinental Press.

Wang, Shi 2009: Wang, M., Shi, B. Tracing Marco Polo's Chins Route. Beijing: China Intercontinental Press.

Колев 2009: Колев, Б. 755 години от рождението на Марко Поло. - География, бр. 5-6, с. 58-60.

Нешков 2007: Нешков, М. и др. Въведение в туризма (под общата редакция на М. Нешков). Варна: Наука и икономика.

Great Silk Road: [Електронен документ]. - <http://www.silkroad.travel/great-silk-road> - Проверен на 15.05.2011г.

Silk Road tourism project: [Електронен документ]. -

<http://silkroad.unwto.org/sites/all/files/docpdf/silkroadhistory.pdf> - Проверен на 15.05.2011г.

Convention for the Safeguarding of Intangible Cultural Heritage: <http://www.unesco.org/culture/ich/index.php?lg=en&pg=00006> - Проверен на 15.05.2011г.