

ВИЗИЯТА НА ТУРИЗМА В КЮСТЕНДИЛСКО СПОРЕД ЗРЕЛОСТНИЦИТЕ ОТ ПГТ „Н. Й. ВАПЦАРОВ“ – ГР. КЮСТЕНДИЛ

Милена Кьосева

Катедра КИН, УниБИТ, гр. София, kyosevamilena@gmail.com

РЕЗЮМЕ: Докладът е анализ на проведена анкета между зрелостниците на ПГТ „Н.Й.Вапцаров“ гр. Кюстендил, випуск 2011. На базата на попълнени и обработени 115 анкетни карти, се получава реална картина за интересите и нагласите на зрелостниците с професионална насоченост в туризма, както и мнението им по отношение на културно-историческото наследство в техния ареал. До този момент по данни на РИО – Кюстендил не са правени подобен род изследвания и настоящият доклад представлява първо целенасочено изследване на зрелостниците в област Кюстендил, по проблематиката за културата и туризма в района.

VISION OF TOURISM KYUSTENDIL AS OF PGT GRADUATES "N. VAPTSAROV" – KYUSTENDIL

Milena Kyoseva

Department of HCH, ULSIT, Sofia, kyosevamilena@gmail.com

ABSTRACT: Thereport isananalysis of a survey conducted among graduates of PGT "N.Y.Vaptsarov" Kyustendil, Class of 2011. Based on completed and processed 115 questionnaires obtained a clearpicture oftheinterests andattitudes of graduates with professionalcontext intourism, aswellastheiropinon interms of cultural heritage in their area. So far, according to the RIE - Kyustendil not made thiskind of research andthis reporthave first targeted study of seniors in Kyustendil, on issues of culture andtourism intheregion.

Основната идея на проведеното изследване е да се проучат и синтезират интересите на зрелостниците от ПГТ в гр. Кюстендил, като опит за конструиране на общ профил на подрастващите в региона, с основна цел - оформяне на мнения за туристическата визия на този ареал, пречупена през призмата на местното младо поколение. Анкетната карта се състои от общо 20 въпроса, от които 6 са отворени, с цел оптимално проследяване на изказа, мненията и желанията на зрелостниците. Тези въпроси дават свобода на словото на младите хора и същевременно носят неподправена и напълно спонтанна информация, предоставена от рецепиентите. На базата на 115 попълнени и обработени анкетни карти се получиха ценни сведения за ситуацията в района, в няколко направления – образование, култура, туризъм, развитие на региона. Подобно изследване сред подрастващите не е известно да е правено на територията на други области или в национален мащаб, с което се смята, че проведената авторска анкета е първото целенасочено проучване сред зрелостниците, което стартира с град Кюстендил,

Анкетата е част от дисертационен труд на тема: „Културно-историческото наследство на Кюстендилска област като ресурс за развитие на културен туризъм“. В тази връзка с 20-те въпроса зададени към зрелостниците именно в Професионалната гимназия по туризъм се цели

да се проследят техните намерения в обозримо бъдеще в професионална насока, базирани на изразените мнения в широкоспектрните запитвания. Анкетата е анонимна, което е едно много важно условие в изразяване на свободната воля на рецепиентите.

Първият въпрос в картата цели да проучи космополитните възможности и чуждоезиковата подготовка на зрелостниците. Запитани за чуждите езици, които владеят, резултатите са следните: англоговорящи са 85, френскоговорящи – 2, 18 говорят немски, италиански – 9 и 23-ма са посочили, че владеят друг, неупоменат в картата език. Тук е необходимо да се направи уточнението, че сумираната бройка надхвърля оптималната цифра 115, колкото са анкетираните лица, но това е напълно обяснимо. Прави впечатление, че близо 1/4 владеят повече от един чужд език, като 18 са с по два езика, а 9 с по три.

Вторият въпрос в анкетата е насочен към продължаващото образование след завършен гимназиален курс. 30 рецепиента са отговорили, че не са се замислили по въпроса, което е един тревожен резултат. Анкетата е проведена през месец април, когато вече в пълна сила протичат кандидат-студентските кампании и курсове. Това говори за една нескрита незаинтересованост както на зрелостниците, така и на техните родители, относно бъдещето на младото поколение. 14 зрелостника

споделят, че ще заминат да учат и работят в чужбина, а останалите са изразили своите предпочитания за кандидатстване в следните Висши учебни заведения: НВУ-6, СУ (главно в специалност „Туризм“) – 13, ЮЗУ – 17, ПУ – 3, Академия на МВР – 3, НСА – 4, ТУ – 3, УНСС – 5.

Относно усвояването на свободното си време зрелостниците споделят, че предпочитат да сърфират в Интернет, отколкото да четат книга, да са сред природата на риболов или да посещават културни прояви. След Нета, 46 са изказали мнение, че предпочитат да са с приятели на клуб. Следващите предпочитания в низходящ ред са за спорта и пътуванията.

От въпроса „Участвате ли в някаква извънкласна форма на обучение?“ става ясно, че приблизително 1/3 от рецепиентите не отделят време за каквато и да е форма на обучение, освен учебния процес, което не е изненадващо, но още веднъж потвърждава резултата от Втори въпрос за липса на интерес и заинтересованост. Останалите отговорили положително са разпределени по предварително зададени възможности както следва: в клуб (със спортна насоченост) са двама зрелостници, на кръжок по математика ходят също двама, а на уроци, според кандидатстудентските намерения ходят 20 зрелостника. Само двама посещават занаятчийска школа (без да е уточнено каква), което е наистина жалко и води до тенденциозното умиране на народните занаяти в този край.

Следват ориентировъчните въпроси относно степента на познаване на коментираният ареал (Кюстендилска област). Разбира се, не може да се избегне въпроса относно разбирането на понятието „културно-историческо наследство“, което всъщност е и основен акцент в самото проучване. В общи линии зрелостниците показват едно задоволително разбиране на това понятие, като основно техните представи се фокусират главно върху материалните ценности и недвижимите паметници на културата, с които изобилства техният град. Макар и малка част от рецепиентите демонстрират един добър изказ, почти на академично ниво и дават много сходно определение на термина, близък до този в „Закона за културното наследство“¹. В този редна мисли следва естественото запитване дали и в каква степен познават своето населено място и района, за да могат да се представят като импровизиран екскурзовод в конкретна ситуация. Повече от половината – 58 са склонни да влезнат в такава роля, но след допълнителна подготовка за обектите, които трябва да представят пред туристите. Един много голям дял – 48 от всички 115 запитани са напълно убедени в своите знания и презентаторски възможности, и само 9 зрелостника признават, че не биха се заели с такава задача, поради несигурност в своите знания за района. Това е един много добър резултат и

говори за едно високо самочувствие и признато родолюбие.

Като продължение на темата е запитването къде биха завели гости-чужденци на града. Тук се цели да се доразвие предходния въпрос, а именно в каква степен реално се разпростират краезнанията на кюстендилските зрелостници от гимназията по туризъм. Получените резултати малко оспорват предходните задоволителни отговори, най-малко поради причината за високия процент неориентирани в отговор на настоящото запитване, който е около 32. Това в известна степен противоречи на твърденията за добро познаване и презентиране на града и региона от предходния въпрос. Като най-предпочитан обект за представяне пред гости на града, анкетираният са посочили парк „Хисарлъка“ с 50 отговора. Една част (11 отговора) са на мнение, че целият град Кюстендил заслужава да се обходи с посещение на всички културни забележителности, без да се степенуват по важност, тъй като всички са еднакво достойни. 8 човека са на мнение, че Рилският манастир, който е в Кюстендилска област е единственият обект, достоен за показване пред гостите. Последният отговор не е необходимо да се коментира по обясними причини². По-интересен е факта, че само 2-ма рецепиента (изключваме голямата група отговори за целия град) са посочили Регионалният исторически музей като престижен и достоен обект за представяне пред чужденците. Това е интересно явление, тъй като всеки, който предприеме културен туризъм, независимо от местоположението, съвсем логично първият обект, който ще посети е регионалният музей, от където ще научи за останалите обекти в населеното място. Този резултат показва колко малко популярен е този обект в сравнение с парк „Хисарлъка“ например. Това може да се обясни с непопулярността на музейната институция в града сред младите. Това вероятно е резултат от липсата на стратегия за привличането на този таргет към дейността и мероприятията, организирани от музея, тъй като той самият, като институция е един от най-дейните в страната ни. Това може да се докаже с културните инициативи и научните форуми, които организира почти всеки месец, но вероятно зрелостниците не са повлияни от тази дейност.

С оглед на предназначението на културно-историческото наследство почти 80% от рецепиентите са на мнение, че то е основен елемент в развитието на туризъм в конкретното населено място. Това говори за правилната им ориентация, с оглед на факта, че са възпитаници именно на професионална гимназия по туризъм. Следва мнението, че наличието на културно наследство е достойнство, което носи удовлетворение и чувство на гордост. 17 рецепиента смятат, че с тези обекти може да се развие бизнес, без да се изисква конкретизиране. Едва 6 зрелостника се идентифицират с културното наследство, а останалите смятат, че то е подходящо за включването му във филмови продукции, ревюта и прочие, както и с научноизследователски цели. Тези резултати показват едно зряло и както ще видим от следващите резултати – мотивирано мнение.

¹ Закон за културното наследство, в сила от 10.04.2009г, Гл.1, Чл.2 (1): Културното наследство обхваща нематериалното и материалното недвижимо и движимо наследство като съвкупност от културни ценности, които са носители на историческа памет, национална идентичност и имат научна или културна стойност.

² Рилският манастир е в списъка на ЮНЕСКО за Световно културно наследство от 1983г.

Всички отговори до този момент имат обяснения, чиито акценти се намират в отговорите на следващите въпроси, които са отворени, за да могат рецепиентите да не са ограничени във възможностите на изразяване на мнението си, както и едно реализиране на свобода на словото, без налагане на каквато и да е цензура. Въпросите не са конкретно обвързани с културното наследство или туризма на ареала, а дават възможност на рецепиентите да споделят своите виждания за визията на своето населено място, при това във широки граници. Самите въпроси предполагат един голям диапазон на отговори, но като цяло след обработване на анкетните карти се оказва, че мненията на зрелостниците са почти единодушни. С това се приема, че изследването е успешно и наистина е било необходимо, а резултатите са актуални и фактически мотивирани.

Според рецепиентите в тяхното населено място е необходимо да се направят промени в управлението на града т.е. промяна във властта, за да могат да се коригират безработицата, която е водещ отговор като причина за икономическото изоставане на района, както и липсата на атрактивни дейности и места за развлечения за младите хора, които масова напускат района. Интересен факт е споделяне на мнението, че един от основните фактори (след натрупване на свободни отговори) за равнопоставеност и конкурентноспособност на град Кюстендил с останалите административни центрове е липсата на Университет. Без предварително да е направено дори и случайно намекване в тази насока, ориентировката на зрелостниците, участвали в проучването е много показателна за ситуацията в региона. Липсата на ВУЗ логично обяснява ситуацията с малкото млади хора (в сравнение с близкият Благоевград, например), които остават да се развиват в родното си място след завършване на образованието си. Този маркер може би, трябва сериозно да бъде насочен за коментар към местната администрация, а защо не и да се създаде организация за свикване на референдум по този въпрос. Липсата на адекватна реклама за региона и забавените обороти (според рецепиентите) на културно развитие са основен недостатък, за развитие на културен туризъм в района. Твърдението за културната дейност е малко пресилена с оглед на богатия културен календар на общината. Този резултат е сходен с непопулярността на музейната институция в града и за втори път подчертава липсата на добра и резултатна културна политика спрямо анкетирания таргет. С оглед на болшинството от мненията, че липсват места за развлечения на младите хора, очевидно те – младите, не възприемат обектите на култура като възможност за развлечения. Това на практика не е проблем, но е причина и следствие за повтарящите се свободни отговори, както и за мнението на зрелостниците, че техния ареал е непопулярен сред младите, защото единственото, което може да ги привлече, както и въобще да привлече туристите са природата, минералните извори, чистият въздух и едва на последно място – културните забележителности. 25% от всички отговорили на въпроса: "С какво Вашето населено място превъзхожда другите градове и села?" са на мнение, че няма такова превъзходство. Това е сериозен маркер за недоволството и недоверието на рецепиентите към своето населено място, което е наистина жалко с наличието на целия

културно-исторически и природен ресурс на Кюстендилска област.

Предходните резултати от недоверието във властта и недоволството от състоянието в културно и икономическо отношение в района обясняват резултатите от заключителният въпрос в анкетното проучване, а именно какви са предпочитанията на кюстендилските млади рецепиенти за възможностите относно тяхното местоживееене. Резултатът е леко тревожен, но обяснява моментната ситуация с отлив на млади хора от града. Само 28% изразяват желание да останат да живеят в Кюстендил след завършване на образованието си, с изричната уговорка „ако обстоятелствата (работа, продължаващо образование и пр.) не налагат промяна". Този резултат показва, че моментната ситуация вероятно скоро няма да се промени, освен ако някоя от причините за това не се елиминира или най-малкото – подобри. Интересен факт е, че данните показват изоставане на столицата, като предпочитано място за живееене, в сравнение с градовете по Черноморието – съотношението е 10% за град София към 33% в полза на Черноморието. Един сериозен дял от 23% споделят, че предпочитат да заминат да учат и работят в чужбина.

Като обобщение може да се каже, че проведената анкета е успешна и адекватна, с оглед на факта, че подобен род изследвания не са известни към момента в този регион, върху този таргет. За съжаление получената картина, базирана на обработените данни показва едно застрашително и неблагоприятно настояще и обозримо бъдеще, касаещи младото население в град Кюстендил, през очите на зрелостниците випуск 2011 в Професионалната гимназия по туризъм. Тяхното мнение изразено в свободна форма показва нескрито недоволството от моментното състояние на града като инфраструктура, управление, образование и тенденции за развитие. За съжаление направеното изследване едва ли ще може да промени каквото и да е от тези недостатъци. На лице е практически един парадокс – на територия с прекрасни възможности за развитие в туристическия отрасъл на практика той е почти замрял. Дори и мненията на младите хора не са много обнадеждаващи с оглед на посочените от тях причини за настоящата ситуация – безработица, икономическо развитие, липса на млади хора и перспективи за тях в Кюстендилска област.

От тематичните въпроси, касаещи професионалната насоченост (туризъм) на рецепиентите се очакваше малко по-задълбочено познаване на територията, към която принадлежат и демонстриране на по-добри и аналитични твърдения. От така попълнените анкетни карти става ясно, че приоритет в съзнанието на младите хора в Кюстендил по отношение на културното наследство е парк „Хисарлъка". Тук е мястото да се отбележи, че по данни на РИМ Кюстендил в региона има над 1050 паметника на културата (археологически, архитектурни, исторически, художествени)³ от които един е с категория световно значение и 35 са от национално значение. Изнесените тук обобщения нямат за цел да оспорят достойнствата на парк

³http://www.kyustendilmuseum.primasoft.bg/bg/mod.php?mod=userpage&menu=3801&page_id=170

„Хисарлъка“, а да акцентират в неадекватното презентирание и рекламиране на обектите на културно наследство в този регион, конкретно пред млада аудитория.

Поредността на въпросите в настоящият анализ не следват дословно тези в анкетната карта, но това е без значение с оглед на получените резултати. Данните изнесени тук могат да послужат както на местно, така и на по-мощно ниво за изготвяне на различни планове и

стратегии в насока туризъм, образование, култура и пр., чийто таргет са младите хора. Тази група рецепиенти са особено ценни, а практически несправедливо пренебрегнати от подобен род изследвания, тъй като всичко, което днес е действие или бездействие от различни институции в конкретен ареал, на практика ще бъде следствие, което пряко ще рефлектира върху тях в близко бъдеще.

*Препоръчана за публикуване от
Редакционен съвет*