

Elnarə Mürsəlova
Magistrant

Azərbaycan Dövlət Mədəniyyət və İncəsənət Universiteti
E-mail: mursalova@gmail.com

Azərbaycanın xalq sənəti turistik motivasiya faktoru kimi

Xülasə: Məqalədə Azərbaycan Respublikasının turizm baxımından iqtisadi vəziyyəti, turizm sahəsində görülən işlər, bu işlərin iqtisadiyyata təsiri əks olunur. Eyni zamanda xalq sənətinin turizmdəki motivasiya faktoru araşdırılır. Bununla yanaşı turizminin təsirləri, eləcə də turistik psixologiyanın araşdırmaları nəticəsində üzə çıxan faktorlar barəsində məlumatlar müzakirə olunur. Sadə xalq sənətkarlığının ciddi və gəlirli turistik sənayeyə çevrilməsi həm iqtisadi, həm də sosial-mədəni xarakterli problemlər aspektindən müəyyənləşdirilir.

Açar sözlər: turizm, iqtisadiyyat, sənətkarlıq, sərgi, tədbir.

Qloballaşan şəraitdə müasir turizmin cəmiyyətin müxtəlif hissələrinə mühüm təsir göstərməsi turizm fenomeninin yenidən incələnməsinə tələbat yaradır. İlk formalaşma məqamlarında lokal sosial təcrübə xüsusiyyətini icra edən turizm, XX əsrin ikinci yarısından başlayaraq qlobal miqyasda inkişaf edir, böyük insan və təsərrüfat resurslarını cəlb edərək, ictimai həyatın, praktiki olaraq, bütün sosial aspektlərinə bilavasitə təsir göstərir.

Müasir dövrdə turizm fenomeninin məğzinin konseptuallaşmasına dair vahid konsepsiya mövcud deyil, onun yaranma və sosial təcrübə kimi müəyyənləşməsinə dair bu günədək konkret nəzəri tərif formalaşdırılmayıb. Qloballaşma dövründə baş verən dəyişikliklərin intensivliyi və miqyası bu fenomenə dair adekvat nəzəri baxışların və modellərin formalaşmasını olduqca çətinləşdirir, multidisiplinar və çoxşahəli edir. Lakin turizmin öz təkamülünün hər bir məqamı mühüm inteqrasiya vasitəsi kimi çıxış edir. Turizm yeni cəmiyyətin inkişafının prioritet təşkil edən istiqamətidir. İnformativ cəmiyyətin bütün səciyyəvi xüsusiyyətlərini cəmləşdirən turizm mobildir, virtualdır, vizualdır, qlobaldır, tələbatçı prioritetlərinə açıqdır.

Müasir Azərbaycan Respublikasında iqtisadi baxımdan turizm sənayesi: Hazırda müasir Azərbaycan Respublikasının turizm sənayesi iqtisadi inkişaf, gəlirlilik səviyyəsi baxımından liderlərdən biridir. O, sosial, iqtisadi, siyasi, ekoloji, demoqrafik funksiyaları yerinə yetirən və eyni zamanda bir yandan insanların ehtiyacını ödəyən, digər yandan isə sahibkarlığın təsirli bir mexanizmidir.

Dünyada ölkə iqtisadiyyatının tərəqqisinə təsir edən sahələrdən biri turizmdir. O iqtisadiyyatın yüksək gəlirli və ən dinamik sahələrindən biridir. Bir çox inkişaf etməkdə olan ölkələr üçün bu əsas xarici valyuta mənbəyidir.

Azərbaycanda turizmin inkişafı neft sənayesinin nüfuzlu alternativini təşkil edir ki, bunun üçün əlverişli qatqını ölkənin fiziki-coğrafi və mədəni-tarixi mövqeyi edir.

Bütün tarixi boyu Azərbaycan bənzərsiz fərqli mədəniyyəti ilə yanaşı magistral mədəniyyət sistemi ilə sıx təmasda formalaşmış, əlverişli geosiyasi mövqə isə münasibətlərin xüsusiyyətlərini müəyyənləşdirib.

Bu gün turizm sahəsində intensiv irəliləmə ilk öncə xalq qonaqpərvərliyi milli marka halına gətirən Azərbaycan xalqının yüksək kommunikativ mədəniyyətinin göstəricisidir. Öz növbəsində turizmin inkişafı əkinçilik və ticarətə stimullaşdırıcı təsir göstərir, qloballaşma dövründə informasiya texnologiyaları yerli mədəni dəyərlərin dirçəlişinə, xalq yaradıcılığının inkişafına, ölkə üçün vacib olan adət-ənənələrinə təsir edir. Mədəniyyətin tərkib hissəsi kimi və eyni zamanda təsirli turistik məhsul kimi çox vacib bir rolunu milli təsviri sənət tutur. Məhz diqqətlə qorunub saxlanılan, özünün aydın, kanonik formasında, etnik cəhətdən rəmzlər daxil olan xalq sənəti ümumilikdə turizm və mədəni-maarif turizmi sahəsinin əsasını təşkil edir. Azərbaycanda bu sənaye sahələrinin formalaşma və inkişafı zəngin tarixi-mədəni potensial ilə əsaslandırılır ki, bu da özündə sosial-mədəni mühiti, ev və təsərrüfat həyatının xüsusiyyətlərini özündə cəmləyir.

Azərbaycanda aktiv istirahət üçün hər cür şərait olduğu kimi, tarixi və mədəni diqqətə layiq yerlər mövcuddur. Burada qədim tarixi abidələr, təbiət və peyzaj, eləcə də müxtəlif coğrafi zonalar var.

Turizm regional inkişaf üçün vacib bir vasitədir. Azərbaycanda təbiət və coğrafi resursların bu cür yerləşməsi regional turizmin inkişafına səbəbdir. Beləliklə, turizmə yatırılan kapital getdikcə özünə əmlak, infrastruktur, müasir yolların çəkilməsi, su və elektrik təchizat növləri etibarlı əməkdaşlıq baxımından xarici investorları daha da cəlb edir.

Tarix bəşəriyyət mədəniyyətində onu yaradan insanların mirasıdır. Bəzən bu izlər o qədər dərin olur ki, biz onları nəinki öyrənə, eyni zamanda onların siyasi, iqtisadi, sosial-mədəni təzahürlərinin müasir həyatda görə və hiss edə bilirik. Bu mirasın əsasında biz müasir dünyada baş verən hadisələrin təkcə indiki dövrün deyil, həm də qədim mədəniyyətlərdən bizə qalan universal insan münasibətlərinin məhsulu olduğunu anlayırıq.

Mədəni turizmin əsası ziyarət etmək, müxtəlif yerlərdə fərqli mədəniyyətləri bilmək və yaşamaq, şəxsən görüldüyü zaman turistin düşüncə və hisslərinə məxsus olmaq, dünyagörüşünün üfüqlərini genişləndirməklə

dünya mədəniyyətinin mənəvi inkişafı və mənəvi mənimsənilməsinə ehtiyacdır.

Əsrlər boyu təbii fəlakətlər və ya bəşər tarixinin faciəvi kataklizmləri ilə yanaşı, insan və bəşəriyyətin qayğıları ilə yenilənmə, bərpa və qorunma üçün əlverişli olan mədəni mənəblər hesab olunan resurslar insanların tükənməz marağı səbəbindən turizm yolu ilə mənəvi olaraq mənimsənilməkdədir. Buradan da ikinci əhəmiyyətli fakt irəli gəlir ki, bu da bazarda turistik məhsul sərgiləyənlərin mədəni, iqtisadi və sosial cəhətdən qarşılıqlı anlaşma ilə resurslardan düzgün istifadəsidir. Onlar üçün turistlərin xərcləri yuxarıda göstərilənləri nəzərə alaraq potensial olaraq tükənməz olan gəlirdir.

Mədəniyyət, bütün dünyada axtarılmaq üçün turizmin dəstəyinə ehtiyac duyur. Turizm isə öz həyatı üçün mədəni bir komponentə ehtiyac duyur. Bu, mübaliğəsiz, beynəlxalq mədəniyyət və turizm mübadiləsinin təməlidir. Mədəniyyət və turizm arasında sıx əməkdaşlıq zamanın zərurətidir, XXI əsrin kateqoriyalı imperativlərindən biridir, bu da elmi və təhsil dəstəyi tələb edir. Bu sadalananlar adında işləməyə dəyər.

Dünyanın müxtəlif bölgələrinin mədəni xüsusiyyətləri insanların tətlini səyahətə çıxarmağa getdikcə daha çox təşviq edir. Turistlərin ziyarət etdiyi obyektlər mənəvi zənginləşməyə, üfüqlərini genişləndirməyə kömək edir. Mədəniyyət turist marağının əsas elementlərindən biridir.

Mədəni inkişaf səviyyəsi turizm bazarında müəyyən bir bölgənin əlverişli imicinin yaradılması üçün istifadə oluna bilər. Elementlər və mədəni amillər ərazinin turizm imkanları haqqında məlumat yaymaq üçün kanal ola bilər. Turizmin inkişafındakı uğur nəinki ümumi qəbul edilmiş standartlara və tələblərə cavab verən maddi-texniki bazadan, həm də milli mədəni irsin özünəməxsusluğundan asılıdır. Milli mədəni irs obyektləri ağlabatan və yaradıcı təqdim olunmalıdır. Elmi və texnoloji tərəqqi öz işini gördü: bir ölkənin məhsulu praktik olaraq digər ölkənin analoji məhsulundan fərqlənmir. Mədəniyyətdə vahidlik qəbul edilməzdir. Məşhur olmaq istəyən bir bölgə turistik məkan, unikal mədəniyyət komplekslərinə sahib olmalıdır və onları turizm bazarına təqdim etməlidir.

Sosial-mədəni sahə və turizmin iqtisadi məkanı dünya iqtisadiyyatının çox hissəsini əhatə edir. Bir çox inkişaf etmiş ölkələr turizm və xidmət sektorunu iqtisadi inkişafı üçün prioritet hesab edirlər, çünki bu sənaye investisiya baxımından çox cəlbedicidir.

Xalq sənəti regional, yerli ənənələrlə canlıdır, əsasən kənd yerlərində qorunub saxlanılır. Belə yaşayış məntəqələrinin olması turizmin inkişafı üçün əlverişli şərtidir. Böyük turizm bölgələrində xalq sənətkarlıq mərkəzləri yaradılır.

Azərbaycanın xalq sənəti ənənəvi, milli mədəniyyətdən əvvəlki forma olaraq təyin olunmuş antalogiyadır. Min illər boyunca xalqın dünyagörüşü sırf efemer mücərrədlikdən dekorativ-tətbiqi sənət nümunələrinin forma, simvol, ornamentlərinə çevrilmişdir. Eyni zamanda sənətkarlığın inkişafı təsvir olunan motivlərin aqrar arxaikliyinə baxmayaraq tədricən şəhər mühitinin imtiyaz halına gəldi. Bununla da, bədii qanunların ardıcılığı saxlanılır, şəhər mühiti isə onların istifadəsinə və yayılmasına kömək edirdi.

Turizmin təsadüfi səyahət, gəzinti, dini ziyarət xarakteri daşdığı qədim tarixi dövrdən başlayaraq səyahət salnamələrində Azərbaycan xalqının sənət əsərlərinin, eləcə də sənət mərkəzlərinin rəngarəng təsvirləri verilir.

Tədricən mənbələrdə Azərbaycan adının xalça və xalça məmullatları, ipək istehsalının bütün çeşidləri, pambıq, boyalar, bürünc və mis məişət, eləcə də dekorativ qabların istehsalı, hər növ keramika texnikalar, daş və ağac oymaları, kağız istehsalı və zərgərliklə əlaqələndirilməsi ənənə halını aldı. XIX əsrin sonlarında xalq sənətkarlığının istehsal fəaliyyətinin azalması texniki inqilablar və kəskin ictimai-siyasi dəyişikliklər tədricən şəhər və şəhərətrafi xalq sənətkarlığının növlərinin inkişafı üçün əlverişli mühiti – patriarxal-ənənəvi quruluşu zəiflətdi. Lahıc, Gəncə, Bakı, Şəki kimi böyük mərkəzlər Sovet dövründə belə fəaliyyətini davam etdirirdi. Lakin ustaları fəaliyyətə təşviq edən səbəb stabil maliyyələşdirmə deyil, öz maraqları idi.

Müasir Azərbaycan cəmiyyətində xalq tətbiqi sənət nümunələrinin rolu və yeri əvəzsizdir. Mədəni irsin mühüm komponenti olaraq xalq sənəti dövlətin himayəsi altındadır. Son iki onillikdə xalq mədəniyyəti mərkəzlərinin canlanmasına əsas tendensiyaların təsiri olmuşdur. Onların arasında İsmayılı rayonunda yüksək dağlıq Lahıc qəsəbəsi, Şəkiddə və Basqalda dulusçuluq və ipək istehsalçıları küçəsi kimi canlı etnoqrafik mərkəzlər xüsusi yer tutur.

Tədbir turizminin də rolu böyükdür ki, onun da dövrünü sənətkarların fəaliyyət tempi müəyyən edir. Beləliklə, “İçərişəhər” xalq yaradıcılığı festivalları sərgi – məhsulların satışı, irimiqyaslı layihələr Novruz bayramı boyunca ölkənin demək olar ki, bütün bölgələrində keçirilir. Vacib faktlardan biri də ölkənin müxtəlif ənənəvi bayramlar və festivallarla Azərbaycandan kənarında təbliğ olunmasıdır. Mahiyyətinə görə belə unikal layihə 2011-ci ilin noyabrında Vyanada başlanan “Azərbaycan narı” layihəsidir.

Bu gün enerji sektoruna uğurlu alternativ olan turizm tam mənada, Manil Konferensiyasının tövsiyyələrini tərtib edir və sistemli şəkildə inkişafdadır. Ölkənin coğrafi, təsərrüfat, tarixi, mədəni resurslarının zənginliyi, insan resurslarının mənəvi bazası ilə yanaşı, müvafiq dəyər sistemi nümayiş edir. Tolerantlıq, multikulturalizm, sivil əməkdaşlıq, qonaqpərvərlik kimi təməl pozitiv kommunikasiya təcrübələri milli mədəniyyətin təbliğində fenomenal bir başlanğıc olan möhtəşəm tədbirlərdən sonra (Evrovizion-2012; Bakı-2015,

İslam oyunları, Formula 1 yarışları və s.) dünya ictimaiyyətində stereotiplərin dağılmasına səbəb olub, sadalanan amillər isə Azərbaycanın davamlı turizm marağının mərkəzinə çevrilir.

Turistik psixologiyanın analizi onu göstərir ki, ziyarət edilən ölkənin yaddaşda qalması üçün onun kifayət qədər sıxılmış, lakonik, danılmaz, yüngül və mobil olan reprezentativ görünüşü olmalıdır. Məhz belə müştəri tələbləri suvenirlərin yaranmasına təkan verdi. Lakin bu gün sadə xalq sənətkarlığı ciddi və gəlirli turistik sənayeyə çevrilir və həm iqtisadi, həm də sosial-mədəni xarakterli problemləri müəyyənləşdirir. Azərbaycana turist axınının artması regionun xalq sənətinin bədii və formativ prinsiplərinə uyğun gəlməyən suvenirlərin kütləvi və bəzən nəzarətsiz istehsalını stimullaşdırır. Çox vaxt suvenir dükanları özlərində yerli sənət ənənələrindən uzaq, keyfiyyətsiz, ucuz və tez hazırlanan Çin istehsalı məhsullarının geniş çeşidini əks etdirir. Müəllif tərəfindən Bakıda, İçərişəhərdə aparılan mağaza – sandıqların analizi göstərir ki, turistlər tərəfindən ixrac olunan malların əksəriyyətini məhz bu kateqoriya təşkil edir. Satış nəticələrinə əsasən suvenirlər aşağıdakı ardıcılıqdadır:

- etnoqrafik məişət səhnələrini və tarixi-mədəni abidələri təqlid edən dulusçuluq məmulatları, keramik maqnitlər
- tekstil məhsulları; baş örtükləri: ipək yaylıqlar – kələğayı, araxçın
- bədii metal; mis və bürünc dekorativ qablar
- xalçaçılıq məmulatları
- oyma nümunələri
- milli musiqi alətləri
- milli geyimli gəlinciklər

Qeyd olunmalıdır ki, əntiq əşyalar mağazasında orta-statistik turistə əlçatmaz olan yüksək keyfiyyətli, orijinal istehsal oxşar məhsullar nümayiş olunur. Belə ki, müasir mərhələdə xalq sənətinin kütləviləşməsinin qüsuru paralel ikili xarakter daşıyır: azərbaycan dekorativ-tətbiqi sənətinin şişirtmə və bədii reqressiya xüsusiyyətləri, mədəni irsin təbliğində və bölgələrdə dulusçuluğun inkişaf tempinin yavaşlamasında qaçılmaz olan boşluqlar. Yuxarıda göstərilənlərə əsasən problemin həllində əsas olan dövlət və biznes sektorunun qarşılıqlı əlaqəsidir.

2010-cu ilin fevralında hədəfi xalq sənətinin bütün növlərinin inkişafı və canlandırılması olan “2010-2014-cü illər üçün Xalq Yaradıcılığı Paytaxtları” adlı milli proqram təsdiq olunmuşdur. 2012-2016-cı illərdə qeyri-maddi mədəni irsin qorunması haqqında dövlət proqramı hazırlanmışdır. Bu proqram isə xalq sənəti elementlərinin qorunması ilə yanaşı onların turistik məhsul kimi istifadəsini də təmin edir.

Ədəbiyyat:

1. Баданов Е.И. Туризм и его воздействие на современную социокультурную ситуацию. СПб, 1997.
2. Гумилев Л.Н., Этнос и ландшафт, Известия Всесоюзного географического общества, 1992, №3.
3. Qeyri-maddi mədəni irsimizin qorunmasına diqqət artırılır
01.07.2011
<http://medeniyyet.az/page/news/12662/Qeyrimaddi-medeni-irsimizin-qorunmasına-diqqet-artirilir.html?lang=ru>
4. Qeyri-maddi mədəni irsin qorunması problemi
Səməd Vəkilov, Xalq Səbhəsi qəzeti, 13.04.2010, s. 14.
<http://anl.az/down/meqale/xalqcebhesi/2010/aprel/113773.htm>
5. Манильская Конференция. Апрель, 1980.
<http://docs.cntd.ru/document/901813698>

Азербайджанское народное искусство как фактор туристической мотивации Резюме

В статье отражено экономическое положение Азербайджанской Республики с точки зрения туризма, работа, проделанная в сфере туризма, влияние этой работы на экономику. В то же время изучается мотивационный фактор народного творчества в туризме. Кроме того, обсуждается информация о влиянии событийного туризма, а также о факторах, возникающих в результате исследований в области туристической психологии.. Превращение простого народного творчества в серьезную и прибыльную индустрию туризма определяется проблемами как экономического, так и социокультурного характера.

Ключевые слова: туризм, экономика, ремесла, выставка, событие

The influence of folk art on the tourism economy of Azerbaijan Summary

The article reflects the economic situation of the Republic of Azerbaijan in terms of tourism, the work done in the field of tourism and the impact of this work on the economy. At the same time, the motivational factor of folk art in tourism is studied. Also, information on the impact of event tourism as well as the factors arising from research in the field of touristic psychology is discussed. The transformation of folk art into a serious and profitable tourism industry is determined by both economic and sociocultural problems.

Key words: tourism, economics, craftsmanship, exhibition, event