

Висновки. Отже, багато країн регіону ще якихось 10-15 років тому були на «задвірках» навіть азійського туристичного ринку, а нині без них важко уявити і світовий туристичний ринок. Головна особливість цих країн полягає у тому, що досягли вони цього швидше не завдяки позитивним, а всупереч негативним чинникам. На фоні політичної, економічної і соціальної нестабільності (за виключенням 2-3 країн) та природних катаклізмів туристичні потоки в країни регіону постійно зростають, а туристична індустрія динамічно розвивається, на відміну від України.

1. Генш К. Курорты мира. Путеводитель. – М.: АСТ: Восток-Запад, 2007. – с. 44-47, 75-77, 98, 126-127, 145, 205-208, 232-234. 2. Дахно І.І. Країни світу: Енциклопедичний довідник. – К.: Мапа, 2004 – с. 67, 90, 177, 212, 268, 305, 336, 454, 488, 497, 547. 3. Політична географія і геополітика: Навч. посібник / Б.П.Яценко, В.І.Стафійчук, Ю.С.Брайчевський та ін.; за ред Б.П.Яценка. – К.: Либідь, 2007. – с.35-48, 234-253. 4. Стафійчук В.І., Малиновська О.Ю. Туристичне країнознавство: туристичні ресурси. – К.: Альтерпрес, 2009. – 432 с. 5. Стафійчук В.І. Рекреалогія. Навч. посібник. – К.: Альтерпрес, 2008. – с. 185-198, 218-224. 6. www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/bx.html - 06.04.2009 7. whc.unesco.org/en/list - 15.10.2009 .www.unwto.org/facts/eng/pdf/barometer/UNWTO_Barom08_3_en_LR.pdf

УДК 911.3

Яценко Б.П.

КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ТА ЕКОЛОГІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ МІЖНАРОДНОГО ТА ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ ЯПОНІЇ

В статті досліджується туристсько-рекреаційні комплекси Японії, як приклад будови туристко-рекреаційного комплексу економічно розвиненої країни.

In the article probed tourist and recreation complexes of Japan, as an example of structure turistko-rekreaciynogo to the complex economic the developed country.

Стан питання та актуальність дослідження. В українських наукових виданнях публікації, в яких розглядається на прикладі проблематика вищезазначеного Японії, поки що робилися лише авторам даної статті та молодими країнознавцям.

Мета дослідження. В запропонованому тексті основна увага зосереджена на висвітленні культурологічних та екологічних аспектів досліджуваного питання. Цей матеріал може бути використаний при плануванні програм розвитку туризму в Україні.

Початок ери міжнародного туризму в Японії звичайно датують 1963 роком, коли парламентом був прийнятий закон, що визначив основні цілі і напрямки, з одного боку, залучення іноземних туристів, з іншого - підтримки та прагнення японців довідатися про світ. Але сама поява цього закону результат реалізації більш раннього задуму, появі якого, сприяла й згадана нижче подія. 22 вересня 1953 р. у м. Осака з ініціативи глави відомої тепер електротехнічної компанії й одного з визнаних авторів японської концепції менеджменту К. Мацусьти вперше в післявоєнній історії країни відбулася ділова гра на тему "Створимо прекрасну і багату Японію". Кожний з десяти

учасників - а це були відомі підприємці, учені, журналісти - виступив у ролі "міністра на один день". Таким чином ніби був створений "парламент на один день". Організаторові цієї акції дісталася посада міністра в справах туризму. Промові К. Мацусьти, проголошеної, як він пізніше визнавав, "з великою наснагою", він звернув увагу не стільки на жалюгідний стан доріг, нестачу автобусів і непідготовленість готелів, скільки на сутність розуміння ролі туризму у культурологічному та екологічному вихованні в першу чергу важливості залучення іноземних туристів. "Після війни, - говорив оратор, - ми часто казали про необхідність перетворити Японію в промислову державу, у сільськогосподарську державу, у торговельну державу, і витратили на це безліч грошей. Але я вважаю, що нашою найважливішою задачею є перетворення Японії в туристичну державу, і на це не слід шкодувати ніяких коштів. Тому що найбільша вигода від перетворення Японії в туристичну державу полягає в тому, що завдяки цьому наша країна стане винятково мирною. Будівництво туристичної держави спрямовано не тільки на те, щоб розбагатіти. Воно виходить з інтересів миру на нашій землі, засновано на дусі добродійності, згідно до якої "імуші" повинні поділитися своїм багатством з "незаможними". От чому нам слід застосувати всі засоби для реалізації цієї ідеї". Важко сказати, яку роль зіграли ці пропозиції К. Мацусьти надалі в розвитку туризму в країні. Однак не підлягає сумніву, що дуже багато чого з того, і було зроблено і робиться в даній сфері бізнесу, виявляється разюче співзвучним словам видатного японського менеджера. Звернемо увагу на деякі визначальні реалії японського досвіду.

А) Туризм у Японії став справою загальнонаціональною. Він об'єкт пильної уваги авторитетних державних структур, насамперед Департаменту туризму Міністерства транспорту, який має цілу мережу регіональних відділень, а також двох органів при канцелярії прем'єр-міністра країни - Ради по туристській політиці і Міжвідомчій координаційній раді по туризму. У компетенцію останньої входить узгодження зусиль міністерств і відомств, так чи інакше пов'язаних з туризмом.

Б) З метою сприяння іноземцям, що приїжджають у Японію, і громадянам Країни сонця, що сходить, які збираються за кордон, у квітні 1959 р. на основі спеціального закону була створена комерційна Японська національна туристська організація (JNTO). Проблеми ж національного туризму перебувають у віданні, головним чином, Японської туристичної асоціації (JTA).

В) В системі туризму в Японії діють спеціалізовані туристичні агентства і фірми, яких тут нараховується більш п'яти тисяч.

Г) Турбота держави про розвиток туристського бізнесу виявляється й у правовій підтримці перспективних починань у цій галузі. Прикладами можуть служити закони про розвиток курортних регіонів, про національні парки, про поліпшення устаткування міжнародних туристичних готелів, про роботу гіда-перекладача, про розвиток туризму через традиційні свята і заходи, про гарячі джерела і багато іншого.

Погоджені зусилля держави і бізнесу не виявилися плідними. Нині Японія має в своєму розпорядженні першокласні і добре активовані "турис-

тичні ресурси" та національні парки, заповідники, доглянуті і відреставровані пам'ятники, зоопарки і ботанічні сади, музеї і розважальні комплекси. А ознайомлення з цими пам'ятками перетворюється в комфортне заняття завдяки розвиненому готельному господарству, сучасній транспортній системі, сервісу, який відповідає найвищим світовим стандартам. Безпосередньо в сфері туризму трудяться працює близько 2 мільйонів чоловік. Крім того, 4,1 мільйони чоловік, або 6.3 відсотки від числа японців, що мають постійну роботу, зайняті виробництвом пов'язаних з туризмом товарів і послуг. Частка діяльності підприємств ТРК у валовому внутрішньому продукті складає 5,4 відсотки.

За період з 1964 р. по 2006 р. число іноземних туристів, що щорічно відвідують Японію, зросло до 7,3 млн. чоловік. Це, безумовно, успіх, але відносний : до лідерів іноземного туризму, Японії ще далеко. Якщо відношення числа закордонних туристів, що приїхали, наприклад, у Великобританію, до числа громадян цієї країни склало в 2000 р. 0,33, у Франції - 1,04, у Сінгапуру - 2,02, то в Японії - 0,05. Головну причину, що стримує потік закордонних гостей у країну, вбачають у тому, що перебування в Японії "завдяки" постійному росту курсу ієни є дорогим задоволенням. Набагато ефективніше розвивається зарубіжний туризм - поїздки японців в інші країни. За той же сорокарічний період число її громадян які щорічно виїжджають за рубіж, досягло в 2006р. до 17,5 млн. чоловік.

Бажаючи зробити Японію одним з основних центрів міжнародного туризму, уряд докладає зусиль до того, щоб створити для іноземців необхідні зручності. Насамперед це стосується цін на товари, проблем, що виникають через мовний бар'єр і систему транспорту, що дуже заплутана незважаючи на те, що має репутацію однієї з найефективніших у світі. План уряду по розвитку в'їзного туризму передбачає доведення кількості іноземних туристів до 10 млн. до 2010 року. Але незважаючи на те, що в розвитку туристичного бізнесу вже досягнуто помітний прогрес, фахівці відомих фірм цієї галузі говорять, що Японія ще має перебороти великі перешкоди. Головним з них є високі ціни, особливо на проживання і харчування. Один із прикладів такого удосконалення - кодова система, введена на станціях Токійського метрополітену. Система токійського метро та міських електричок здобула сумну популярність своєю складністю і заплутаністю, а також недостатністю показників на іноземних мовах. І тепер кожна станція токійського метро має не тільки буквенне, але і цифрове позначення, що значно полегшує туристові, що не володіє японською мовою, визначити потрібний маршрут і користуватися метрополітемом. Крім того, на всіх станціях тепер продається і маршрутна карта метрополітену англійською мовою. На зворотній стороні карти надрукована інструкція про те, як користуватися метрополітемом, на англійській, корейській, китайській і японській мовах.

Уряд відкрив в Інтернеті багатомовний сайт, на якому утримується необхідна інформація про туристичні маршрути і готелі, найбільш прийнятні за цінами для іноземців. Почав діяти сайт, через який іноземці зможуть придбати авіа - і залізничні квитки з великими знижками. Основна залізнична

компанія Японії JR (Japan Rail) почала продавати іноземцям єдиний квиток на ряд поїздок протягом усієї туристичної поїздки, однак цей квиток ще не-дійсний на всіх приватних лініях.

Ще одні труднощі, з яким зіштовхуються іноземні туристи, це система готельного обслуговування. У Японії склалася унікальна культура гостьових будинків і закладів. З одного боку це готелі європейського типу (hotel), з іншого - японського ("рьокан"). Тому багато іноземних туристів бажають відчувати колорит японського сервісу або в hotel, або в «рьонкан». І дійсно, у Японії є багато традиційних «рьонкан» в національному стилі, особливо у віддалених районах, однак вони обслуговують тільки японців і доступні далеко не кожному іноземцеві. Власники традиційних готелів вважають, що умови в цих готелях у недостатній мірі відповідають вимогам іноземних туристів, що бажають у них зупинитися. Отже, якщо Японія хоче збільшити число іноземних туристів, власники повинні відкрити більше готелів японського стилю, пристосованих до смаків іноземців. Чим більше іноземних туристів будуть приїжджати в Японію, тим більше різноманітними будуть їхні смаки і звички. Тому японські "рьокани" повинні їм відповідати і бути більш доступними.

Наведемо декілька приладів турпрограми в яких враховані культурні та екологічні особливості країни.

Іміджевий та паломницький туризм. Протягом багатьох століть квітка сакури була самою улюбленою в країні і стала символом японського характеру. Одним із провідних сегментів внутрішнього туризму в Японії який базується на естетичних принципах японської культури є милування об'єктами природи (Ханамі, цукімі, юкімі) з відвіданням найбільш іміджевих місць країни. Цей тип туризму стає все більш популярним і в іноземців.

"Ханамі", милування квітучою сакурою, - сама улюблена традиція японців. Але, незважаючи на те що буквально "ханамі" перекладається як "милування квітами", воно не менш міцно асоціюється з відпочинком із гарною закускою і випивкою на пікніку з родиною або з друзями під квітучими деревами. Сезон цвітіння сакури починається не тоді, коли квіти з'являються на окремих деревах, а коли вся країна перетворюється в чарівний сад біло - рожевих квітів. Наприкінці березня, коли вщухають останні зимові холоди масмедіа починають інформувати, як на японських островах рухається хвиля квітучої сакури. Звичайно, цвітіння починається на півдні Кюсю, потім, на початку квітня, доходить до Токіо і до середини травня досягає Хоккайдо.

На думку істориків, традиція милування квітами сакури зародилася при імператорському дворі в Кіото в період Хейан (794-1185 роки). Але до цього періоду цінителі прекрасного були ще більш небайдужі до квітучої сливи ("уме"), дерева якої були завезені в Японію з Китаю і вважалися символом іноземної культури. Милування квітучої сакурою увійшло в список офіційних свят і обрядів. Одне із самих відомих "ханамі" було проведено в 1598 році воєначальником Тойотомі Хідейосі. На честь повної перемоги над князями-сепаратистами і встановлення контролю над усією країною. Хідейосі

очолив процесію до храму Дайго в Кіото, де і відбулося святкування з приводу цвітіння сакури. Ця подія стала улюбленим сюжетом численних поем і театральних постановок.

Квіти сакури були також улюбленим сюжетом багатьох відомих майстрів. Ми їх бачимо в чисельних картинах, панно, поемах, а пізніше на фотографіях і у фільмах, не говорячи вже про те, що сакура є самим популярним орнаментом жіночих кімоно.

В наш час у Японії існують більш 300 видів сакури, хоча найбільш поширеним є не більш 10 видів. Чому квітка сакури зберігла свою популярність протягом настільки тривалого часу? Вважають, що швидкоплинність цвітіння сакури, що триває усього кілька днів, найбільше відповідає особливостям японського характеру. А традиція влаштовувати пікнік під квітучими деревами пов'язана з древнім повір'ям, що квітковий пилок, що упав у чашку саке, додає силу і здоров'я.

Багато магазинів і універмаги прикрашені квітами сакури, але виглядає це менш романтично, оскільки в основному квіти виготовлені з пластмаси. На прилавках з'являються продукти та напої, доступні тільки в сезон цвітіння сакури. Найбільш відомі з них - "сакура тя", чай з підсоленими пелюстками сакури, і "Сакура Моті", піріжки з клейкого рису з начинкою із солодких червоних бобів, обгорнені в підсолений лист сакури. У кожному магазині можна придбати і "ханамі бенто" - скриньку для пікніка з різними закусками, десертом і коктейлями. Але не тільки японці оцінюють красу цвітіння сакури. Кожний, хто відвідає в цей час Японію, зберігає незабутнє враження, коли побачить квітучі дерева, що колишуться на вітру ("ханафубукі"), а також цвітіння сакури при світлі місяця або паперових ліхтарів ("едзакура"). Це враження збережеться в пам'яті на довгі роки. Незважаючи на те що в кожній області є багато відомих місць, де можна помилуватися квітучою сакурою, всі уважно стежать за повідомленнями по радіо і телебаченню про те, де можна побачити айкрасивіше цвітіння в даний момент. У Токіо сакура звичайно розцвітає в квітні, і пропустити цей сезон неможливо. Одно з найвідоміших місць "ханамі" у Токіо - національний парк Сіндзюку – «коен», у якому ростуть 1500 дерев сакури 75 видів. Популярний і парк Уено, найбільший міський парк Токіо площею в 626 тис. квадратних метрів, у якому ростуть 1100 дерев. В кінці березня на початку квітня тут проводиться міський фестиваль, присвячений сезонови цвітіння сакури. Не менш відомий парк Суміда, у якому ростуть близько 400 дерев і під ними встановлено унікальне підсвічування. Щоб помилуватися квітучою сакурою, потрібно це робити в сонячну погоду, щоб дощ і вітер не перешкодили побачити дерева у всій їхній пишноті.

Відвідання знакових туристичних центрів Японії. Визнані лідери по туристських прибуттях, в цьому сегменті є префектури Кіото, Вакаяма (Кумано – країна мертвих), Міе (храми і монастирі, історичні храмові комплекси сінтоїзму), Нара (Храм Великого Будди) тощо.

Кіото називають іноді Містом тисячі храмів. Насправді ця цифра зменшена майже вдвічі і не відбиває багатства релігійного і духовного життя

міста. Нині в Кіото збереглося і функціонує близько 300 синтоїстських храмів і більш 1600 буддійських, (причому 30 з них є головними храмами різних буддійських шкіл) і сект і три імператорських палаци, 24 музеї, де представлена п'ята частина усіх національних скарбів Японії, незліченна кількість малих і великих садів; 17 пам'ятників Історії і культури, що знаходяться в Кіото, внесені в списки світової культурної спадщини. То ж іноземні туристи після відвідин столиці хочуть перш за все побувати в Кіото.

Тут, в так званій «старій» столиці (Коккьо) завернувши в тому або іншому місці із широкого проспекту, можна опинитися в маленькому провулку, забудованому потемнілими від часу будинками майстерень, де по розробленим століття назад технологіям виготовляють, у тому числі і на очах відвідувачів, лакові вироби, емалі, тканини, кераміку, порцеляну, ляльки, віяла, вишивки, вироби з бамбуку. Тут у тиші кіотських садів, у численних майстернях, художніх студіях і ательє трудяться над створенням чергових шедеврів імениті японські художники, каліграфи, скульптори. Місцеві ресторани пропонують традиційні частування, здатні привести в захоплення будь-якого гурмана. Барвисті фестивалі і свята збирають у це місто мільйони учасників і глядачів із усіх кінців країни та світу. Щорічно Кіото відвідує близько 35 млн. гостей, в т.ч. практично всі іноземці, що відвідали Японію.

Глибока насиченість Кіото шедеврами історії і культури світового класу не перетворює його відсторонений від мирської суєти місто-музей. Він живе повнокровним життям одного з найбільших центрів економічної активності країни. Але все-таки основним бізнесом для Кіото і головним джерелом поповнення міського бюджету залишається туризм. У місті існує досить розгалужена мережа туристичних агентств і бюро, здатних задовольнити різноманітні запити приїжджих. У кожного агентства є свої розроблені маршрути знайомства з містом, найдетальніший маршрут відкриє усього лише одну з незліченних граней міста. Щоб зрозуміти душу міста будуть потрібні місяці безустанних блукань по його вулицях, роздумів у тіні вікових дерев, медитації в дзенських садах і храмах. Тому, перелічивши основні визначні пам'ятки міста, гіді надають туристові можливість самому вибрати найбільш цікавий для себе маршрут.

Префектура Вакаяма розташована на півострові Кію в центральній частині острова Хонсю, недалеко від двох давніх столиць Японії - Кіото і Нара, що по праву вважаються колискою культури країни. Однак через відсутність придатних для господарського освоєння територій, Вакаяма тривалий час була "задвірками". Важко прохідний рельєф сприяв формуванню в цих місцях святих місць залишків самурайських кланів. У протигагу сусідній префектурі Міє, що вважається головним оплотом синтоїзму - національної релігії Японії, Вакаяма може бути визнана заповідником буддизму. З'явившись у другій половині VI століття Японії, буддизм став швидко набирати силу і незабаром почав відігравати важливу роль у соціальному укладі японців. В 816 р. на горі Як-сан був побудований храм Конгобудзі. Займався цим Кукай - знаменитий чернець, винахідник японської абетки, скульптор, поет, вірші якого читають і в наші дні. Згодом храм цей розрісся до цілого

храмового комплексу Як-сан. На початку XVII століття на його території було біля тисячі храмових будівель. Кілька мільйонів віруючих щорічно відвідують ці місця.

Кумано – важливий центр паломництва в країні територія цього національного парку з чудовими водопадами знаходиться на південному-сході префектури. У XI столітті імператори й аристократія почали відвідувати розташовані там три синтоїстських храмових комплекси: Кумано Хонгу, Кумано Хаятама і Кумано. Відмітним знаком цих трьох храмів став чорний триногий ворон на тлі червоного кола. (Цей же міфічний ворон був прийнятий як символ Футбольної асоціації Японії.) Околиці Кумано відомі на всю Японію своїми гірськими пейзажами, водоспадами на численних річечках, що стікають з гірських схилів. Серед водоспадів виділяють 48 каскадів Наті. Найбільший у Японії водоспад Наті має висоту 133 метра. Вважається, що в ньому живе синтоїстський бог. Наті зі своїми "молодшими братами" приваблює щорічно тисячі туристів, що сфотографуються на тлі Наті або прекрасного буддійського храму Сейгантодзі. Для японців і таке «співжиття» синтоїстського бога і буддійського храму виглядає цілком нормальним. Іноземцям же подібна картина дає можливість відчувати синкретизм цих двох релігій, що зрослися в нерозривну сув'язь. Храмам у Кумано, храмовому комплексі на горі Як-сан, а також іншим історичним пам'ятникам у горах Есіно Оміне і древніми, мощеними каменями, доріжкам що єднають їх у 2004 р. рішенням ЮНЕСКО було надано статусу Всесвітньої спадщини. Ці місця з давніх часів були священні для синтоїстів і прихильників буддизму.

Відвідання національних парків. Національні парки один з найбільш привабливих об'єктів для туристів. Так, у деяких країнах (США, Японія) відвідуваність національних парків досягає 90 млн. внутрішніх (своїх) та іноземних туристів на рік.

У листопаді 1993 р. був прийнятий Основний закон про навколишнє середовище. В ньому було закладено фундамент захисту навколишнього середовища, сформульовано положення про необхідність підтримки балансу між економічною діяльністю і збереженням навколишнього середовища. В Закон було введено положення про оцінку нових будівельних проектів на предмет захисту навколишнього середовища. На базі цього закону уряд прийняв у грудні 1994 р. спеціальну екологічну програму, спрямовану на створення такого суспільства, що зможе водночас підтримувати економічний розвиток зводити до мінімуму вплив на навколишнє середовище. Положення з бюджету 1999 р. уряд асигнує кошти на підтримку навколишнього середовища загальну суму в 3-4 трлн. ієн. Щорічно. Водночас усвідомлено, що: а) для збереження природної спадщини і біологічної розмаїтності національних парків необхідно посилити фінансування системи особливо охоронюваних природних територій – заповідників і національних парків, створити умови для традиційного природокористування; б) Назріла необхідність створення систем керування і наукового забезпечення особливо охоронюваних природних територій. Для цього національним паркам бажано надати фінансову самостійність при одночасному посиленні екологі-

чною контролю з боку держави; в) необхідно провести комплексну оцінку екосистем країни, розробити заходи по збереженню генетичного ресурсу природних систем; г) провести ревізію пам'ятників природи переглянути існуючу класифікацію охоронюваних природних територій. д) Слід перевести в статус національних парків деякі території, популярні серед туристів, які знаходяться під сильним антропогенним рекреаційним тиском. Впровадження розумної плати за відвідування цих національних парків дозволить діставати кошти на їхнє збереження.

Як приклад, розглянемо маршрути збалансованого туризму парку Фудзі-Хаконе-Ідзу. Національний парк Фудзі-Хаконе-Ідзу, включає вулкан Фудзі і території які прилягають з півдня до її підніжжя. Значна частина заповідника знаходиться в префектурі Сідзуока. Відвідати цей неповторний й історично важливий куточок країни можливо різними шляхами. В національний парк Фудзі-Хаконе-Ідзу можна дістатися електричкою або по шосе Томей до міста Камакура і далі – до Одавара. Найбільш визначні місця тут - місто Атамі (назва перекладається як тепле море). Атамі здавна відомий своїми теплими джерелами, вода яких, стікаючи в затоку Сагамі, "гріє" море. Десятки комфортабельних готелів і пансіонатів прикрашають нині міський пейзаж, що сотні років надихав художників. Символ курортного містечка - гарячий гейзер, що б'є з-під землі в сквері перед міським вокзалом.

У глибині півострова, можна познайомитися з давніми храмами, каскадами водоспадів. Найбільш цікавим місцем є курортно-рекреаційний комплекс Хаконе. Це місто, що виросло на древньому тракті Токайдо, нині є офіційним центром Національного парку. Хаконе відомий своїм музеєм під відкритим небом (Chokoku-no Mori hatsubutsukan), де зібрані здобутки великих скульпторів Заходу і Сходу.

З кожного куточка півострова Ідзу, удалечині можна побачити конус Фудзі (японці називають її Фудзі-сан). Цей сплячий вулкан вважається символом Японії, зразком природної краси, що надихає тисячі іменитих поетів і художників. При бажанні знаменитий конус можна вважати і знаком, який попереджає місцевих жителів і туристів про плинність всього земного. Півострів Ідзу і підступи до Фудзі вважаються однією із самих сейсмонебезпечних зон у країні. Підземні поштовхи тут реєструються щодня, але, на щастя, помітити їх у більшості випадків можуть лише спеціальні прилади. Але не раз бувало і так, що підземна стихія, що розбушувалася, відбивала в японців бажання проводити тут свої літні відпустки. Тоді власники місцевих готелів, пансіонатів, ресторанів, розважальних парків зазнавали чималих збитків. Але згодом через місяць-інший пам'ять про стихійні лиха йшла в минуле, і японці родинами або гучними компаніями знову прямували до берегів Ідзу. Мабуть, самою вишуканою розвагою для відвідувачів Національного парку Фудзі-Хаконе-Ідзу вважається підйом на найвищу точку Японії. Гора Фудзі (3776 метрів), доступна для сходження лише два місяці на рік - з 1 липня по 31 серпня. В ці дні на можливість відвідати круту гору наодинці розраховувати не доводиться. До вершини доводиться йти в щільній юрбі японців і іноземців. Щодня на штурм Фудзі виходять десятки тисяч людей.

Весь підйом розділений на ділянки, позначені станціями, обладнаними місцями відпочинку, туалетами, ларьками з їжею і напоями. Звичайно підйом починають з 5-ї станції, куди можна дістатися на таксі або автобусом. У залежності від фізичного стану альпініста підйом може зайняти від 5 до 7 годин, а спуск униз - від 2 до 3 годин. Потрібно відзначити, що прекрасні лінії вулкану, здалеку вражають своєю красою і швидкозмінними в залежності від часу дня і погоди відтінками кольору, можуть трохи розчарувати поблизу. Сірі від вулканічного попелу, вкриті рослинністю підніжжя гори до висоти в 2,5 км. Вище лише голі схили та сніги. На вершині Фудзі розташований кратер діаметром близько 800 метрів. Відомо, що Фудзі-сан виглядає як простий вулканічний конус, а насправді це сполучення трьох окремих вулканів - Коматаке, До Фудзі і Сін Фудзі. Просто базальтова лава, що виллюпував протягом століть Сін Фудзі, сховала кратери двох більш древніх вулканів. Останнє виверження відбулося в 1707 р.

Знайомство з Фудзі можна обмежити поїздкою навколо її підніжжя. На північній стороні вулкана туристів зустрінуть п'ять озер Фудзі (Фудзі-гоко). Колись лава перекрила ущелини, по яких збігали вниз гірські струмки, і утворилися озера. Найглибше з них - Мотосу (122 м), найбільше по площі водної поверхні - Яманака (6,4 кв. км). З півдня прекрасні види на Фудзі відкриваються з оглядових майданчиків національного парку Хаконе. Від Одавара сюди можна піднятися електричкою, яка торує круті серпантини, далі – фунікулером до оглядових майданчиків на вулканах Комагатаке або Гора, а потім спуститися до озера Асіноко канатними дорогами. Тут, на оглядових майданчиках вулканів та біля гейзерів теж десятки тисяч туристів, але в чистих снігах на схилах і однієї і другої гори (автор був в Хаконе в лютому) – жодного сліду людини.

Отже, інфраструктура національних парків Японії розроблена з урахуванням науково-технічного прогресу, природно-ландшафтних особливостей території. Тут створені різно-температурні басейни, можливі купання в струменях водоспаду, прогрівання в лікувальних грязях, відпочинок на пісчаних масивах та інші.

УДК 911.3

Матвієнко В.М., Матвієнко Н.М.

ЕТНОГРАФІЧНІ РЕСУРСИ ТУРЕЧЧИНИ ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

Розглянуто особливості етнографічних ресурсів Туреччини як важливої складової туристсько-рекреаційного потенціалу.

Features of ethnographic resources of Turkey as by the important component of tourist-recreational potential are considered.

Постановка проблеми. Туреччина сьогодні дедалі впевненіше здобуває репутацію першокласної туристичної країни. Наявність унікальних туристичних ресурсів на території країни дають можливість