

LINGVOKULTUROLOĢISKIE ELEMENTI KĀ PILSĒTU PIEVILCĪBAS FAKTORI

LINGUO-CULTURAL ASPECTS AS AN ATTRACTIVENESS FACTORS OF CITIES

Irēna SILINEVIČA

Dr.sc.ing., profesore, Rēzeknes Augstskola
E-pasts: Irena.Silinevica@ru.lv
Rēzekne, Latvija

Abstract. Regional development problems are topical problems in all the countries around the world. The polycentric development of cities and their surroundings is the main way for solution of this problem. Attractiveness of cities has a direct correlation to their competitiveness. Taking into account that tourism is one of the development directions related to all the towns in Latgale region, the object of this article is research of the attractiveness of towns from the tourists' point of view. The main question of this research: Are the regional linguocultural aspects capable to develop a unique tourism product and increase attractiveness of a city? Tourists from Latvia's regions have been surveyed in the Rēzekne. Results of this survey and conclusions related to the role of unique local culture in attractiveness of polycentric development cities are described in this article.

Keywords: attractiveness, linguocultural aspects, polycentric development cities.

Ievads

Policentriskā attīstība, izmantojot pilsētu stipro pušu potenciālu kā reģiona attīstības virzītājspēku un stiprinot saites starp pilsētām, veido nosacījumus sabalansētai nacionālai attīstībai. Pilsētas var kļūt par nozīmīgu virzītājspēku katrā reģionā un valstī kopumā. To potenciālu, attīstības virzienus un lomu reģionālā, nacionālā un starptautiskā līmenī nosaka plānošanas dokumenti, kuros paredzēta sadarbība ar nozīmīgākiem partneriem, institūcijām. Lai nodrošinātu veiksmīgu dinamisku pilsētu attīstību, tām jāaug kopā ar to apkārtējo vidi un jākļūst par pievilcīgu biznesa vietu.

Kā viens no policentriskās attīstības instrumentiem ir 2007.g.–2013.g. plānošanas perioda Eiropas reģionālā attīstības fonda pilsētu attīstības prioritāte „Policentriskā attīstība”. Tā ietver aktivitātes, kuru mērķis ir stiprināt pilsētu kā reģionu attīstības virzītājspēku potenciālu, kā arī attīstīt funkcionālās saites ar to apkārtējām teritorijām, izmantojot integrētu pieeju.

Tradicionālais ekonomistu uzskats par pilsētu pievilcību ir tāds, ka cilvēkiem pilsētas ir pievilcīgas, ja tajās ir ekonomiskās attīstības iespējas un iespējas strādāt. Daudzi pēdējo gadu pētījumi liecina, ka pilsēta ir pievilcīga cilvēkiem, ja tā piedāvā plašu, cilvēkam vajadzīgo, ērtību

spektru. *Glaeser* (6.,49) savos pētījumos atklāj, ka starp šo ērtību spektru un pilsētas izaugsmi pastāv ļoti cieša korelācija: labi attīstīta biznesa vide paver plašas iespējas radošumam. Amerikāņu ekonomists *R. Florida* uzsver, ka reģiona konkurētspējas atslēga slēpjas spējā piesaistīt augsti kvalificētu darbaspēku, kas veido labu augsni radoša klimata attīstībai, cilvēkkapitāla attīstībai (5.).

Pilsētā dzīvo iedzīvotāji, tajā darbojas dažādi uzņēmumi, pilsētu apmeklē viesi. Visām šīm grupām ir atšķirīgi pilsētas pievilcības kritēriji, jo katrai no tām ir savas specifiskas intereses attiecībā uz pilsētu pievilcību.

Visu Latgales pilsētu attīstības stratēģijas kā vienu no attīstības virzieniem paredz tūrisma attīstību, izmantojot gan fizisko vidi, gan kultūrvēsturisko piedāvājumu, gan tautiskās tradīcijas, gan dažādus pasākumus. Katra pilsēta cenšas piedāvāt unikālu tūrisma produktu.

Pētījuma hipotēze: pilsētu lingvokulturālie aspekti varētu būt pievilcīgi unikāla tūrisma produkta radīšanai, tādā veidā vairojot pilsētu pievilcību tūristu uztverē.

Pētījuma mērķis: izpētīt pilsētu pievilcības lingvokulturālos aspektus tūristu un apmeklētāju skatījumā, izmantojot Rēzeknes pilsētas piemēru.

Lai sasniegtu šo mērķi, jāveic šādi uzdevumi:

- jāpēta pilsētu pievilcību vadošo ekonomistu skatījumā;
- jāraksturo Rēzekni kā policentrisku pilsētu Latgales reģionā;
- jāveic Rēzeknes pilsētas tūristu un apmeklētāju aptauja ar mērķi noskaidrot lingvokulturoloģisko elementu ietekmi uz pilsētas pievilcību un jāapstrādā šīs aptaujas rezultāti;
- jāizstrādā secinājumus un ieteikumus Rēzeknes pilsētas pievilcības palielināšanai lingvokulturoloģiskā aspektā.

Pētījuma objekts – pilsētu pievilcība.

Pētījuma priekšmets – Latgales reģiona lingvokulturoloģisko elementu ietekme uz Rēzeknes pilsētas pievilcību.

Pētījuma bāze – Rēzeknes pilsētas viesi: apmeklētāji un tūristi.

Izmantojamās pētniecības metodes: kontentanalīze, analīze, sintēze, loģiskās un abstraktīvi konstruktīvās metodes, anketēšana, SPSS programma aptaujas rezultātu apstrādei.

1. Pilsētu pievilcības aspekti vadošo ekonomistu skatījumā

Ņemot vērā globalizācijas iespējas, pilsētu pievilcība kā viens no galveniem konkurētspējas avotiem kļūst par aktuālāko problēmu reģionu attīstībā. Pilsētu pievilcība bāzējas uz esošām priekšrocībām, vērtību orientāciju, sociālām un kultūras tradīcijām. Pilsētu pievilcības aspekti, ko pētīja amerikāņu ekonomists *R. Florida*, ietver tādas kategorijas kā

radošumu (radošus centrus, radošus cilvēkus, radošas pilsētas), talantu indeksu, atvērtības indeksu, tolerances indeksu, inovāciju kritēriju. *R. Florida* (5., 11.) uzsver, ka radošums var kļūt par nozīmīgu dzinējspēku pilsētu, reģionu un valstu attīstībā. Ar radošumu *R. Florida* saprot spēju attīstīt jaunas zināšanas un sekmīgi izmantot esošās. Angļu ekonomists *Landry* (9.,37.) sniedz šādu radošas pilsētas definīciju: radoša pilsēta atšķiras ar spēju adaptēties jaunos apstākļos lai risinātu visu veidu problēmas. Tas nosaka vajadzīgo vidi, kurā ir iespējams ieviest jauninājumus un kurā ir iespējas indivīdiem attīstīt savus talantus. Šai videi jābūt pietiekami atvērtai un pārmaiņas veicinošai. *Kunzmann* (8.,7.) savos pētījumos uzsver, ka pilsētas radošums bāzējas uz multidimensiālo domāšanu. Tas prasa fantāziju un iztēli. Kreativitāte ir vēlēšanās eksperimentēt un riskēt, lai izpētītu veidus, kā rast problēmu risinājumus un stāties pretī jauniem izaicinājumiem.

Pilsētu pievilcības kritēriji ir atšķirīgi dažādām patērētāju grupām. *Kotler,P.* (7.), *Braun,E.* (3.) ir noteikuši trīs patērētāju grupas: pilsētu iedzīvotāji, tūristi, uzņēmēji. Katrai no šīm grupām ir savas specifiskas intereses attiecībā uz pilsētu pievilcību.

Pilsētu iedzīvotāji uztver pilsētu kā pievilcīgu dzīvošanai, ja viņi jūtas tajā komfortabli, t.i., ja pilsētā tiek nodrošināti atbilstoši ekoloģiski apstākļi, fiziskā drošība, izglītības iespējas, veselības aizsardzības pasākumi, sociālā palīdzība, brīvā laika pavadīšanas iespējas, labi attīstīta infrastruktūra. *Berg* (2.) norāda, ka pilsētu pievilcību pilsētnieku skatījumā nosaka tīra, pietiekami droša vide, darba vietu pieejamība, augstas kvalitātes izglītības iespējas un veselības aizsardzības pakalpojumi, kā arī augstas kvalitātes kultūra, attieksme pret sociālo drošību, reliģiju.

Uzņēmēju skatījumā pilsētas pievilcība izpaužas tās labā fiziskā sasniedzamībā, teicamā infrastruktūrā, vietējā kvalificēta darbaspēka pieejamībā, sakārtotā nodokļu sistēmā, adekvātām zemes cenām, energo resursu pieejamībā un to pieņemamām cenām, izglītības iespējām, tirgus lielumu, pilsētas statusu, dzīvošanai labvēlīgu vidi, dzīveslīmeni, sabiedrisko pakalpojumu kvalitāti. *Braun* (3.) atzīmē, ka uzņēmēji meklē šādas pilsētas pievilcības: izdevīgu vietu, cilvēku izveidotu sakārtotu vidi, kvalificētu darbaspēku, patērētājus, potenciālos klientus, piegādātājus, finansiālās priekšrocības, partnerus.

Tūristu un apmeklētāju uztverē pilsēta ir pievilcīga, ja tajā ir nodrošināta tīra ekoloģiska vide, drošums, izklaides iespējas, labi attīstīta infrastruktūra. Pilsētas pievilcība tūristu skatījumā daudz mazākā mērā tiek vērtēta pēc darba, izglītības un veselības aizsardzības iespējām. Tūristi un pilsētas viesi pilsētā uzturas samērā īsu laiku, tāpēc, kā atzīmē *Braun* (3.), viņus vairāk interesē apmešanās iespējas un cenas viesnīcās

vai viesu namos, ēdināšanas iespējas, izklaides iespējas, ievērojamākās apskates vietas, pieejamais kultūras mantojums, arhitektūra, sabiedriskais transports, auto stāvvietas u.c.

Andries, L. (1.) pētījumā izskan doma, ka tūristu iespaids par pilsētas pievilcību zināmā mērā ir atkarīgs no viņu iespējām iekļauties dažādās tūrisma aktivitātēs un no kultūras tūrisma aktivitāšu līmeņa pilsētā. Šajā sakarā viņš saskata šādas trīs iespējas:

- 1) samērā zemas iespējas tūristiem piedalīties tūrisma aktivitātēs un augsta kultūras tūrisma pievilcība;
- 2) tūristu aktīva piedalīšanās tūrisma aktivitātēs un augsta kultūras tūrisma pievilcība;
- 3) samērā zemas iespējas tūristiem piedalīties tūrisma aktivitātēs un zema kultūras tūrisma pievilcība.

2. Rēzekne kā policentriska pilsēta Latgales reģionā

Rēzekne ir Latvijas septītā lielākā valsts nozīmes pilsēta un otrā lielākā pilsēta Latgales reģionā. Iepriekšējā pētījumā (11.) par Rēzeknes pievilcību, tika aprēķināts pilsētas talanta indekss (*talent index*), kas, atbilstoši *R. Florida* definīcijai, tiek mērīts, dalot iedzīvotāju skaitu pilsētā ar augstskolu beigušo skaitu tajā. Vairāk nekā 10% no visiem pilsētas iedzīvotājiem ir Rēzeknes Augstskolas studenti. Talanta indeksa mērīšanai izmantoti dati no 2004.gada līdz 2010. gadam. Tika pierādīta Rēzeknes Augstskolas nozīme talanta indeksa paaugstināšanā Latgales reģionā vidēji par 0,2% katru gadu. Tāpat pētījumā tika izanalizēts arī Rēzeknes pilsētas atvērtības kritērijs (*openness criteria*, angl.), ko nosaka šādi faktori: sasniedzamība, izmaiņas proporcijā starp vietējiem iedzīvotājiem un iebraucējiem, izmaiņas ārzemju studentu skaita attiecībā pret kopējo studentu skaitu, nodarbināto sieviešu proporcija kopējā nodarbinātībā, iedzīvotāju blīvuma izmaiņas, inovāciju iespējas, kultūras pasākumu piedāvājums.

Pētījums (11.) ļāva nodefinēt šādas Rēzeknes pilsētas priekšrocības:

- tai ir liels radošas pilsētas potenciāls;
- tai ir iespējas attīstīt jaunu tehnoloģiju un inovāciju potenciālu;
- ar katru gadu pilsētā palielinās iespējas attīstīt pievilcīgas brīvā laika pavadīšanas iespējas, kas ļautu piesaistīt pilsētai talantīgus cilvēkus, pateicoties reģionālajai Rēzeknes Augstskolai;
- augstākās izglītības iespējas veicina radošas pilsētas attīstību;
- pilsēta ir atvērta dažādu tautību iedzīvotājiem, ar dažādām kultūras atšķirībām;

- Rēzeknes speciālā ekonomiskā zona veido īpašu pievilcību biznesa videi.

Rēzeknes pilsētas attīstības dokumentos liela vērība tiek pievērsta tūrisma attīstībai. Šajos dokumentos tiek analizēta pašreizējā situācija tūrisma jomā, novērtēts piedāvājums. Rēzeknes pilsētā tiek piedāvātas šādas brīvā laika pavadīšanas iespējas: veikalu, kafejnīcu, muzeju, izstāžu zāļu apmeklēšana, sporta nodarbību iespējas, peldbaseinu, boulinga kluba, fitnesa centru apmeklējumi, brīvdabas pasākumi, iespējas apgūt svešvalodas, iespējas nodarboties ar tēlotājmākslu. Tuvējā pilsētas apkārtnē tiek piedāvātas dažādas aktivitātes, saistītas ar peldēšanos, airēšanu, slidošanu, slēpošanu, makšķerēšanu, pastaigām. Izstādes, koncerti u.c. kultūras pasākumi pilsētā notiek cauru gadu.

Tiek izstrādāta pilsētas kultūras tūrisma mārketinga attīstības stratēģija. Šajā pētījumā tiek veikta pilsētas pievilcības izpēte tūrisma jomā, izmantojot lingvokulturālos aspektus.

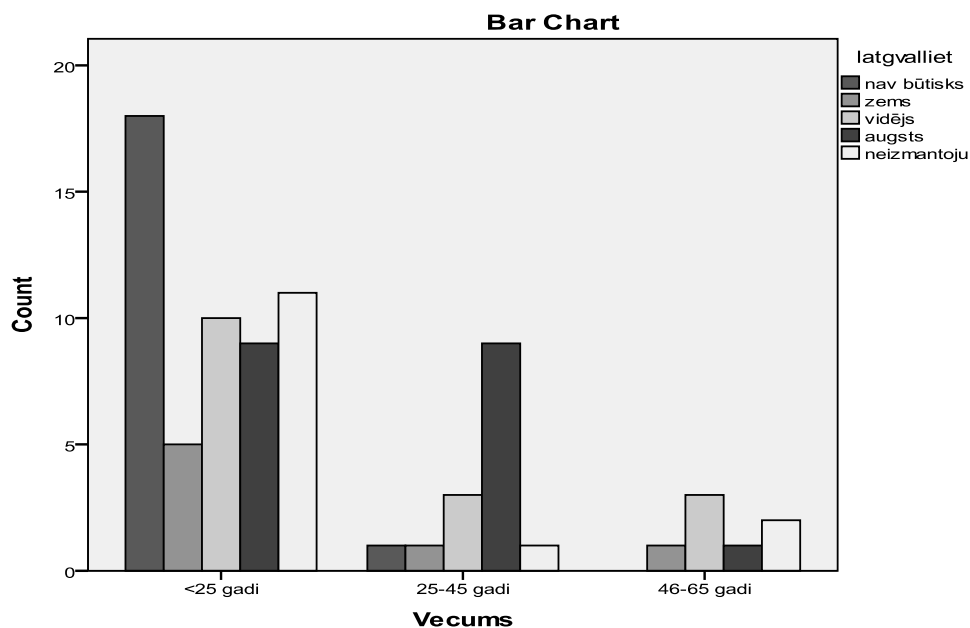
3. Latgales lingvokulturoloģisko elementu kā pilsētas pievilcības faktoru izpēte

Kā rāda ESF projekta Nr.2009/0227/1DP/1.1.1.2.0/09/APIA/VIAA/071 „Teritoriālās identitātes lingvokulturoloģiskie un sociālekonomiskie aspekti Latgales reģiona attīstībā” (14.) pētījumu rezultāti, latgaliešu identitātes pozīcijas strauji nostiprinās un iegūst arvien lielāku popularitāti ne tikai Latgales reģiona robežās, bet arī ārpus tā. Tiek izdotas jaunas grāmatas. Latgales raidstacija (Latgales radeja), kas ieguvusi lielu popularitāti reģionā, vēsta tikai latgaliešu valodā. Palielinās to skolēnu un studentu skaits, kas interesējas par latgaliešu vēsturi, literatūru. Rēzeknes Augstskolā tiek organizēti pasākumi latgaliešu valodā, latgaliešu dzejnieki ir bieži viesi gan skolās, gan augstskolā. Politiskā līmenī tiek virzīts jautājums par latgaliešu valodu kā reģionālo valodu.

Autore izvirzīja hipotēzi, ka Latgales pilsētu tūristiem un apmeklētājiem varētu būt interesanta latgaliešu kultūra, valoda, tradīcijas. Lai pārbaudītu šo hipotēzi, 2011.g. beigās un 2012.g. sākumā Rēzeknes pilsētā tika veikts pētījums ar mērķi uzzināt Rēzeknes viesu – apmeklētāju un tūristu – attieksmi pret Rēzeknes pilsētas pievilcību.

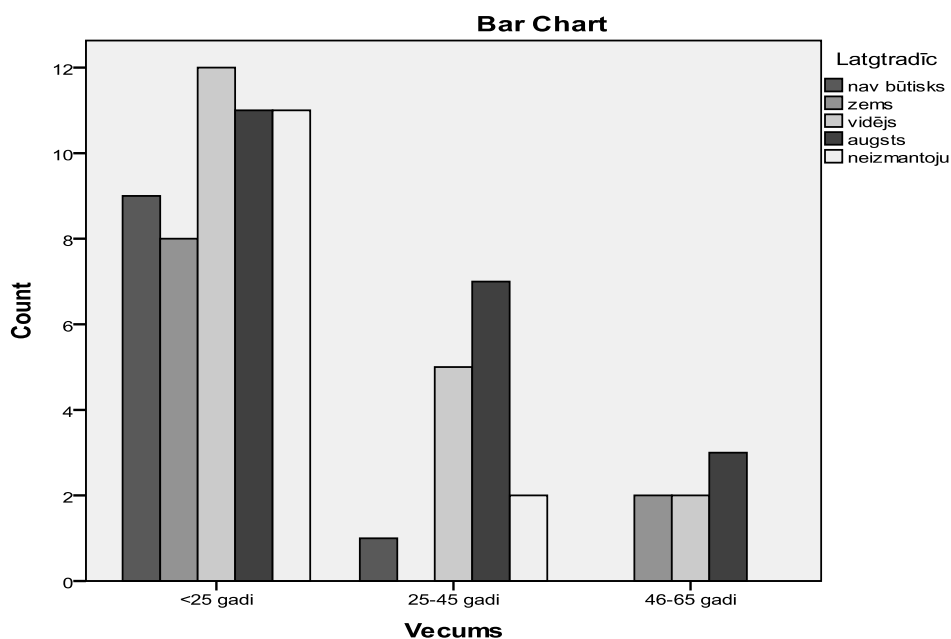
Par kritērijiem tika izvēlēti latgaliešu identitātes elementi: valoda, tradīcijas, viesmīlība atkarībā no respondentu vecuma un no apmeklējuma mērķa. Respondenti tika izvēlēti no dažādiem Latvijas plānošanas reģioniem. Vienojošais faktors – viņi visi bija Rēzeknes pilsētas viesi – apmeklētāji vai tūristi. Respondentu skaits – 78. Kopas izvēles lielums atbilst pilotpētījumam. Nākotnē augstāk minētā projekta

ietvaros paredzēts veikt plašāku pētījumu, aptverot plašāku respondentu kopu, ietverot arī starptautiskos tūristus.



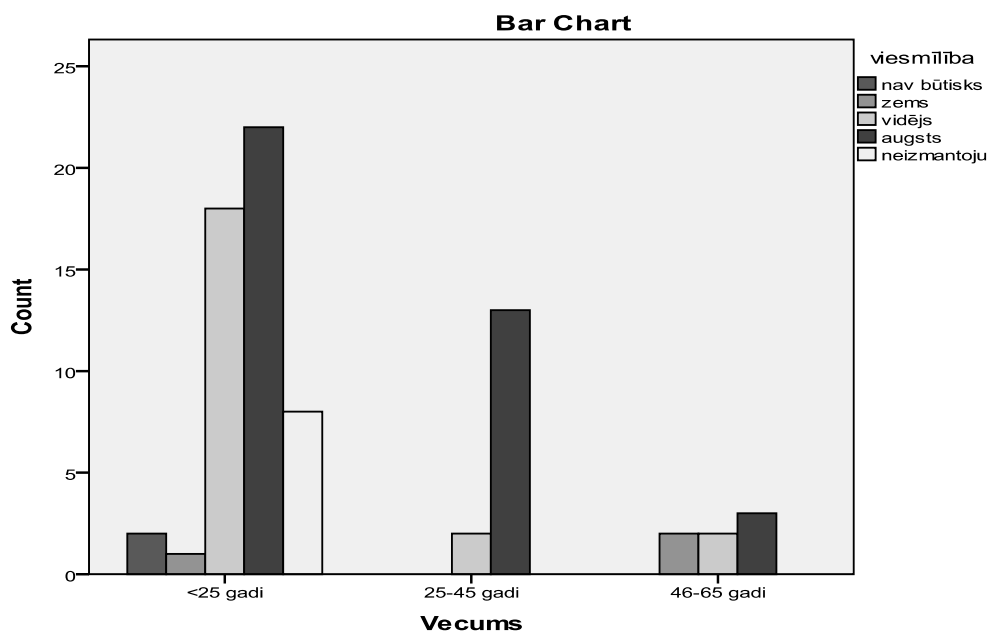
1.attēls. Latgaliešu valodas lietošanas (latgvalliet) pievilcība tūristu un viesu skatījumā atkarībā no viņu vecuma (count- skaits).
Avots: autore veiktās aptaujas dati (14.).

Latgaliešu valodas lietojums pilsētā (1. att.) nav būtisks gados jaunākiem tūristiem, toties vidējā grupā – vecumā no 25–45 gadiem – ieguva augstu vērtējumu. Gados vecākie pilsētas apmeklētāji latgaliešu valodas lietošanu nevērtē kā īpašu pievilcību Latgales pilsētā.



2.attēls. Latgaliešu tradīciju (latgtradīc) pievilcība tūristu un viesu skatījumā atkarībā no tūristu vecuma (count- skaits).
Avots: autore veiktās aptaujas dati (14.).

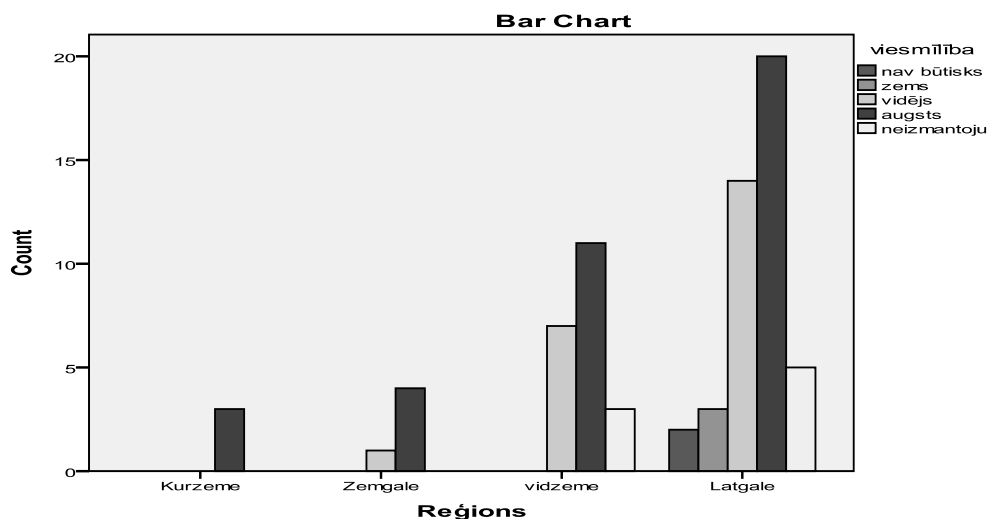
Latgaliešu tradīciju pievilcību (2. att.) kā vidēju un augstu vērtē 43 % no gados jaunākiem tūristiem. Vecuma grupā pēc 25 gadiem tās ieguva visaugstāko vērtējumu. Tātad latgaliešu tradīcijas pilsētas tūrisma industrijā varētu izmantot kā īpašu pievilcību.



3.attēls. Latgaliešu viesmīlības pievilcība tūristu un viesu skatījumā atkarībā no tūristu vecuma (count- skaits).

Avots: autore veiktās aptaujas dati (14.).

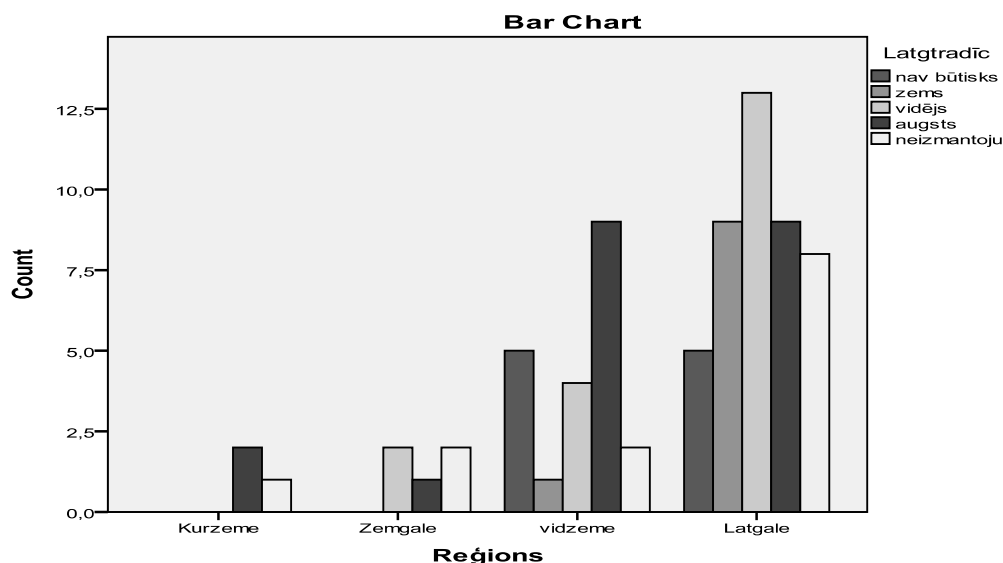
Latgaliešu viesmīlība pilsētā (3. att.) visās vecuma grupās novērtēta visaugstāk. Tātad tā ir būtiska pilsētas pievilcība.



4.attēls. Latgaliešu viesmīlības pievilcība tūristu un pilsētas viesu skatījumā atkarībā no tūristu mītnes reģiona (count- skaits).

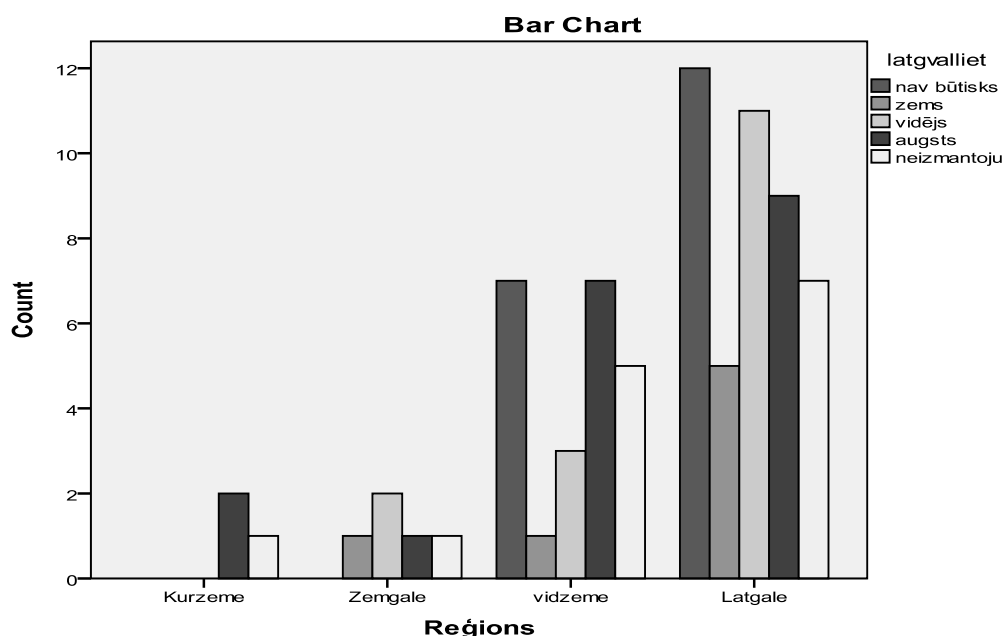
Avots: autore veiktās aptaujas dati (14.).

Latgaliešu viesmīlību Rēzeknes pilsētā (4. att.) visu Latvijas reģionu tūristi novērtēja ar augstāko atzīmi. Tātad tā ir būtiska pilsētas pievilcība.



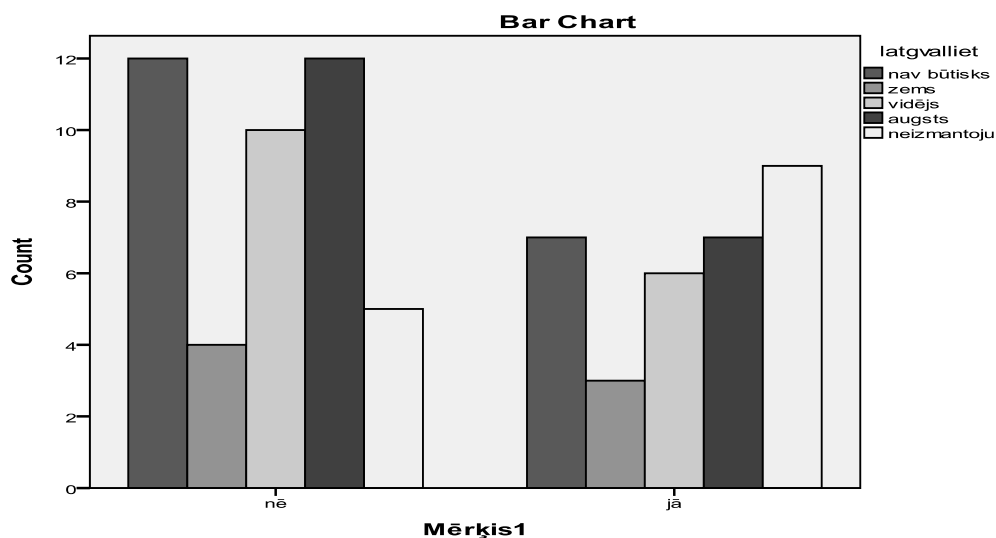
5.attēls. Latgaliešu tradīcijas (latgtradīc) pievilcība tūristu un viesu skatījumā atkarībā no tūristu mītnes reģiona (count- skaits).
Avots: autores veiktās aptaujas dati (14.) .

Visu Latvijas reģionu tūristi, kuri iepazinās ar latgaliešu tradīcijām ceļojuma laikā (5. att.), tās augstu novērtēja. Tikai pašā Latgalē tām bija vidējs vērtējums.



6.attēls. Latgaliešu valodas (latgvalliet) pievilcība tūristu un viesu skatījumā atkarībā no tūristu mītnes reģiona (count- skaits).
Avots: autores veiktās aptaujas dati (14.).

Aptaujas dati liecina, ka latgaliešu valodas lietošana pilsētā (6. att.) nav būtiska pilsētas pievilcība.

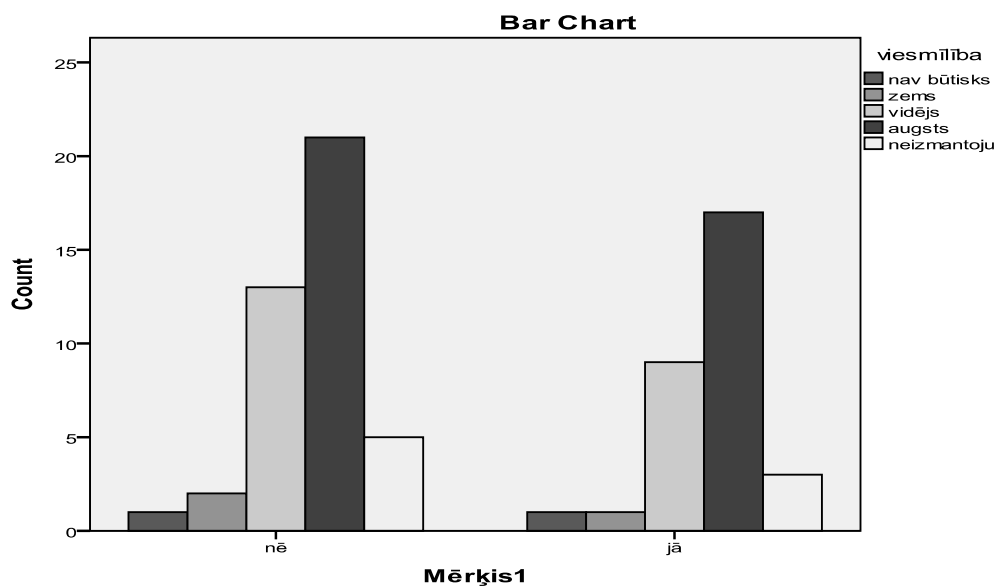


7.attēls. Latgaliešu valodas (latgvalliet) pievilcība tūristu un pilsētas viesu skatījumā atkarībā no apmeklējuma mērķa veikt kultūrvēsturisko objektu apskati (count- skaits).

Avots: autore veiktās aptaujas dati (14.)

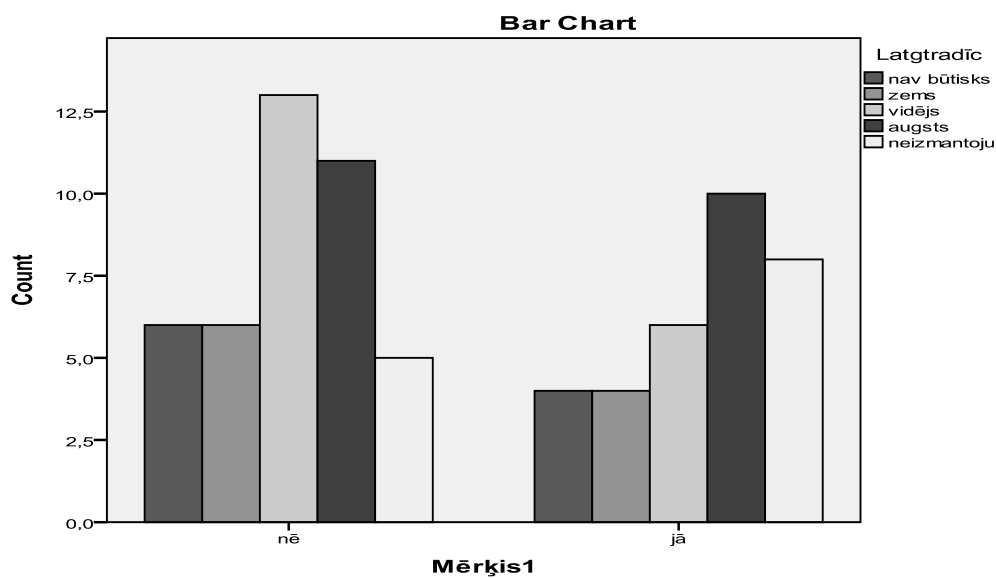
Aptaujas anketā kā viens no apmeklējuma mērķiem tika uzrādīta kultūrvēsturisko objektu apskate. Tūristi, kas ieradušies Rēzeknē apskatīt kultūrvēsturiskos objektus, latgaliešu valodu pārsvarā neizmantoja. Latgaliešu valodas pievilcību augstu vērtēja tikai 21 % respondentu, tikpat daudz – 21 % to novērtēja kā nebūtisku. 27% tūristu, kas bija ieradušies pilsētā ar citu mērķi, latgaliešu tradīcijas novērtēja augsti vai nebūtiski, vidēji augstu pievilcību saskatīja 22% (7. att.).

56% tūristu, kas ieradušies Rēzeknē apskatīt kultūrvēsturiskos objektus, latgaliešu viesmīlību novērtēja augstu, 28%– vidēji. Tūristi, kas ieradušies pilsētā ar citu mērķi, latgaliešu viesmīlību novērtēja kā augstu vai vidēji augstu pievilcību (8. att.).



8.attēls. Latgaliešu viesmīlības pievilcība tūristu un pilsētas viesu skatījumā atkarībā no apmeklējuma mērķa veikt kultūrvēsturisko objektu apskati (count- skaits).

Avots: autores veiktās aptaujas dati (14.).



9.attēls. Latgaliešu tradīciju (latgtradīc) pievilcība tūristu un pilsētas viesu skatījumā atkarībā no apmeklējuma mērķa veikt kultūrvēsturisko objektu apskati (count- skaits).

Avots: autores veiktās aptaujas dati (14.).

31% tūristu, kas ieradušies Rēzeknē apskatīt kultūrvēsturiskos objektus, latgaliešu tradīcijas novērtēja augstu, 25% tās neizmantoja.

Tūristi, kas ieradušies pilsētā ar citu mērķi, latgaliešu tradīcijas novērtēja kā augstu vai vidēji augstu pievilcību (9. att.).

Secinājumi un priekšlikumi

1. Pilsētu pievilcību var pavairot, izmantojot lingvokultūras elementus.
2. Attīstot Rēzeknes pilsētas kultūras tūrisma mārketinga attīstības stratēģiju, jāliek akcents uz latgaliešu viesmīlību un latgaliešu tautas tradīciju izmantošanu, kas ir būtiska pilsētas pievilcība.
3. Latgaliešu valodas izmantošana kā lingvokulturālais aspekts varētu būt pievilcīgs tūristiem, izmantojot to latgalisko tradīciju popularizēšanas pasākumos, izklaides pasākumos. Sevišķu ievēribu vajadzētu pievērst dziesmu izpildījumam latgaliešu valodā dažādos tūrisma pasākumos, kā arī vietās, ko apmeklē tūristi.

Izmantotā literatūra un avoti

1. Andries,L.,A., Richards,G. (2006). *Attractiveness of cultural activities in European cities: A latent class approach*. Barcelona: Tourism Research and Marketing
2. Berg,L., Meer,J., Otgar,A.,H.(1999). *The Attractive city*. Rotterdam: European Institute for Comparative Urban research (EURICUR), Erasmus University Rotterdam.
3. Braun,E. (2008). *City marketing: Towards to an integrated Approach*. Erasmus School of Economics, Erasmus University Rotterdam
4. Florida, R.L. (1995). *Toward the learning region/Futures*.The journal of Forecasting and Planning, p.27–36.
5. Florida, R. L. (2005). *Cities and the creative class*. New York: Routledge.
6. Glaeser,E. (2001) *Consumer City*. Washington D.C.: Journal of Economic Geography, No.1. p.27–50.
7. Kotler,P. (1993). *Marketing Places: Attracting Investment, Industry and Tourism to Cities, States and nations*. Free Press
8. Kunzman,K.,R. (2005) *Creativity in Planning: a Fuzzy Concept?* disP 162–3/2005. p.9.–13.
9. Landry,Ch. (2003). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*. ondon: Earthscan.
10. Porter,M. (1998) *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Free Press.
11. Silineviča,I. (2010) The attractiveness of cities in the frame of regional development. *Journal of Social Sciences: Human resources Klaipeda University. Social Science faculty – the main factor of regional development..*No.3, 74–80. ISSN 2029–5103
12. Baltic Sea Region (BSR) Programme. Priority 4. Promoting attractive and competitive cities and regions
13. *The most attractive cities of the world for living*. <http://www.tripspirit.com/310>: The– most– attractive– cities– of– the– world– for –living 4/19/2010.

14. ESF projekta Nr.2009/0227/1DP/1.1.1.2.0/09/APIA/VIAA/071 „Teritoriālās identitātes lingvokulturoloģiskie un sociālekonomiskie aspekti Latgales reģiona attīstībā” datu bāze.
15. www.rezekne.lv

Summary

Regional development problems are topical problems in all the countries around the world. The polycentric development of cities and their surroundings is the main way for solution of this problem. Attractiveness of cities has a direct correlation to their competitiveness. Attractiveness of cities depends on needs of cities consumers: city dwellers, tourists, and business people. Taking into account that tourism is one of the development directions related to all the towns in Latgale region, the object of this article is research of the attractiveness of towns from the tourists' point of view.

The main question of this research is – Are the regional's linguocultural aspects capable to develop a unique tourism product and increase attractiveness of a city?

Hypothesis of this research: the linguocultural aspects are capable to develop a unique tourism product and increase attractiveness of a city from the tourists' point of view.

The research is aimed at exploration of the regional linguocultural aspects in attractiveness of a city from the tourists' point of view by using the city of Rezekne as an illustration.

The following tasks are accomplished:

- to explore the theoretical aspects of attractiveness of cities from the point of view of top-level economists;
- to describe Rezekne as polycentric city in the Latgale region.;
- to perform the survey of Rezekne's tourists with aim to determine an impact of linguocultural aspects on attractiveness of the city;
- to work up the conclusions and proposals for development of Rezekne's attractiveness in linguocultural aspects.

Tourists from Zemgale, Kurzeme, Vidzeme and Latgale regions have been surveyed in Rezekne. The aim of this survey was to analyse, how regional linguocultural aspects have an impact on tourists' perception related to attractiveness of Rezekne. Number of respondents– 78. Research period – 2011 to 2012.

Place of research – Rezekne city, Latgale region.

The main conclusions and proposals:

- For promotion of attractiveness of Rezekne city from the tourists' point of view it is necessary to develop culture's tourism development programme in Rezekne taking into account the interests of tourists in local linguocultural aspects.
- For promotion of Rezekne as the tourist destination centre to ensure research with the aim to discover attractiveness in unique local culture.

The research was supported by the European Social Fund project “Social and Economic and Linguocultural Aspects of Territorial Identity in the development of the Latgale region” (Nr.2009/0227/1DP/1.1.1.2.0/ 09/APIA/VIAA/071)