

Государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования Республики Крым
«КРЫМСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРЫ,
ИСКУССТВ И ТУРИЗМА»

На правах рукописи

БЕЛКИНА Светлана Валентиновна

**КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ
КРЫМА КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ
РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА**

24.00.01 – Теория и история культуры

ДИССЕРТАЦИЯ
на соискание ученой степени
кандидата культурологии

Научный руководитель:
Микитинец Ольга Ивановна,
кандидат философских наук, доцент

Симферополь
2021

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1	
Культурное наследие как объект междисциплинарных исследований	22
1.1 Основные подходы к изучению культурного наследия и культурно-природных ландшафтов.....	22
1.2 Роль государства в сохранении и трансляции культурного наследия: отечественный и зарубежный опыт	53
ГЛАВА 2	
Теоретико-методологические основы взаимосвязи туризма и культурного наследия.....	78
2.1 Модель репрезентации культурного наследия средствами туризма	78
2.2 Культурное наследие как ресурс развития индустрии туризма.....	96
ГЛАВА 3	
Перспективы и инновационный потенциал развития регионального туризма в Крыму на основе культурного наследия	129
3.1 Перспективы развития регионального туризма в контексте реализации государственной культурной политики.....	129
3.2 Инновационный потенциал алгоритма оценки культурного наследия в региональном туризме (на примере Крыма).....	154
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	173
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ	180
ПРИЛОЖЕНИЯ	205

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования определяется современным состоянием культуры, в контексте постмодернистских тенденций всё более сближающейся с экономикой – к культуре начинают относиться как к ресурсу развития территорий, она всё чаще выступает основой новых экономических отношений, в том числе, и в рамках регионального туризма. Культурное наследие является особой частью культуры, основой сохранения культурного и исторического разнообразия, а также важнейшим фактором социально-экономического развития региона. Существует тесная связь между туризмом, культурным наследием и региональной спецификой, способствующая экономическому благосостоянию и устойчивому развитию страны. Актуальность исследования регионального туризма в контексте культурного наследия обуславливается тем, что, с одной стороны, туризм способствует сохранению и продвижению наследия, а с другой – именно наследие определяет перспективные направления развития туристской индустрии. В то же время всё чаще в современных исследованиях, которые посвящены ресурсности культуры, туристская сфера выступает в качестве фундамента для сохранения, трансляции и репрезентации культурного наследия в условиях цифровизации и постиндустриального общества. И в данном контексте можно наблюдать возникающие противоречия, связанные с четким разграничением на практике туризма, политики, экономики и культуры, рассматриваемых и функционирующих как отдельные сферы современного российского общества. В связи с чем особую актуальность в современной культурологии приобретает выявление перспективных механизмов эффективного взаимодействия между культурой, экономикой, политикой, туризмом в сфере использования и сохранения культурного наследия как фактора развития регионального туризма, позволяющих в полной мере реализовать социальный потенциал культурного наследия. К

действенным механизмам относятся: модель репрезентации культурного наследия средствами туризма; алгоритм оценки впечатлений посетителей объектов культурного наследия; кластерный подход, реализуемый в рамках государственной культурной политики; межведомственный подход, предполагающий активное участие государства, общества и бизнеса на основании государственно-частного партнерства.

Республика Крым обладает богатым культурным наследием, способствующим развитию туризма и привлечению большого количества туристов. Поэтому в современных условиях необходимо разрабатывать новые направления для реализации потенциала туристской индустрии в контексте культурного наследия Крыма, которые будут способствовать повышению уровня конкурентоспособности, инвестиционной привлекательности, решат проблему сезонности, а также создадут необходимые условия для сохранения наследия.

Степень научной разработанности проблематики. Вопросы, посвященные культурному наследию, относятся к междисциплинарной области исследования и включают в себя научные работы в сфере культурологии, философии, истории, экономики, географии, политологии и др.

Выявление механизмов сохранения и использования культурного наследия как фактора развития регионального туризма требует изучения основных подходов и концепций, отраженных в научной литературе и посвященных вопросам культурного наследия, культурных и культурно-природных ландшафтов, культурной среды, культурной политики, экономики культуры, креативных индустрий и др.

Анализ научной литературы по вопросам культурного наследия свидетельствует о том, что существует большое количество подходов к интерпретации его сущности, что обуславливает необходимость использования междисциплинарного подхода. Исследования, посвященные

изучению культурного наследия в контексте междисциплинарности, отражены в работах Ю. П. Борзилова¹, О. В. Галковой², Ю. Н. Гладкого³, И. И. Горловой⁴, Д. Н. Замятина⁵, А. Л. Зорина, Д. С. Лихачёва, А. А. Мазенковой⁶, Ю. Л. Мазурова⁷, Е. Н. Селезнёвой⁸ и др. Изучению культурного наследия в условиях глобализации посвящены работы Е. А. Беляевой⁹, М. А. Кориотиной, Н. В. Кумсковой, Н. Б. Ларионовой, И. В. Октябрьской¹⁰, Р. Чепайтене¹¹.

При рассмотрении международного и отечественного опыта охраны и трансляции культурного наследия мы опираемся на результаты исследований

¹ Борзилов Ю. П. Русское деревянное зодчество. Историко-культурное наследие и его педагогические проекции: монография. Москва: Мир науки, 2016. 92 с. – URL: <http://izd-mn.com/PDF/21MNNPM16.pdf> (дата обращения: 02.04.2020).

² Галкова О. В. Культурное наследие: современные подходы и проблемы // Вестник МГУКИ. 2008. № 6. С. 45; Галкова О. В. Теоретические основы культурного наследия // Logos et Praxis, 2011. № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-kulturnogo-naslediya> (дата обращения: 23.04.2020).

³ Природное и культурное наследие: междисциплинарные исследования, сохранение и развитие. Коллективная монография по материалам VI Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, РГПУ им. А. И. Герцена, 25–26 октября 2017 года / Отв. ред. В. П. Соломин, Н. О. Верещагина, А. Н. Паранина. Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2017. С. 44.

⁴ Горлова И. И., Зорин А. Л. О трактовке понятия «культурное наследие» в современной гуманитаристике: теоретико-методологические подходы // Культурное наследие России. 2020. № 3. С. 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-traktovke-ponyatiya-kulturnoe-nasledie-v-sovremennoy-gumanitaristike-teoretiko-metodologicheskie-podhody> (дата обращения: 09.11.2021).

⁵ Замятин Д. Н. Образ наследия в культуре: методологические подходы к изучению понятия «наследие» // Этнографическое обозрение. 2008. № 8. С. 122–123.

⁶ Мазенкова А. А. Культурное наследие как самоорганизующаяся система: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук. Тюмень, 2009. 22 с.

⁷ Мазуров Ю. Л. Природное и культурное наследие как фактор развития природопользования, вопросы методологии и практики управления: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора географических наук. Москва, 2006. 48 с.

⁸ Селезнёва Е. Н. Теоретико-методологические проблемы актуализации культурного наследия // Культурологический журнал. 2013. № 2 (12). – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20523158> (дата обращения: 22.04.2020).

⁹ Беляева Е. А., Ларионова Н. Б. Роль культурно-исторического наследия в условиях глобализации // Вестник ТИСБИ. 2012. № 4. С. 19.

¹⁰ Октябрьская И. В. Концепция культурного наследия: мировой и российский опыт формирования // Вестник НГУ. 2013. № 3. С. 22–23.

¹¹ Чепайтене Р. Культурное наследие в глобальном мире. Вильнюс: ЕГУ, 2010. 298 с.

Л. В. Баевой¹, Н. М. Боголюбовой², В. В. Глазунова³, С. П. Калиты⁴,
Д. С. Лихачёва⁵, Т. М. Мироновой⁶, Ю. В. Николаевой, И. В. Октябрьской⁷.

Значимое место для данного диссертационного исследования занимают работы учёных, посвященные культурным и культурно-природным ландшафтам, в частности Ю. А. Веденина⁸, М. Е. Кулешовой⁹, В. Л. Каганского¹⁰, В. Н. Калущкова, О. А. Лавреновой, Е. В. Муляровой¹¹, А. А. Шишкиной¹². В то же время в науке нет единого семантического основания для определения культурного ландшафта, культурно-природного ландшафта. Так, Ю. А. Веденин и М. Е. Кулешова¹³ рассматривают ландшафт с позиции культурной географии как объект наследия,

¹ Баева Л. В. Сохранение культурного наследия как воплощение традиции // *Философия и общество*. 2012. № 1. С. 109.

² Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В. Охрана культурного наследия: международный и российский опыт // *Вестник СПбГУКИ*. 2014. № 4 (21). С. 6.

³ Глазунов В. В. Из зарубежного опыта охраны культурного наследия исторических городов // *Известия ВГПУ*. 2015. № 1 (96). С. 175.

⁴ Калита С. П. Культурное наследие: трансляция и интерпретация // *Вестник РУДН*. 2007. № 4. С. 15.

⁵ Лихачёв Д. С. Декларация прав культуры (проект). Санкт-Петербург: СПбГУП, 2000. – URL: <http://www.lihachev.ru/lihachev/deklaratsiya/123/> (дата обращения: 10.04.2020).

⁶ Миронова Т. Н. Сохранение культурного и природного наследия как главная черта культурной политики стран Европейского региона: Италия // *Знание. Понимание. Умение*. 2009. № 2. С. 41.

⁷ Октябрьская И. В. Концепция культурного наследия: мировой и российский опыт формирования // *Вестник НГУ*. 2013. № 3. С. 22–23.

⁸ Веденин Ю. А. Очерки по географии искусства. Москва: Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия, 1997. С. 9.

⁹ Кулешова М. Е. Культурные ландшафты в списке объектов Всемирного наследия // *Известия РАН*. 2007. № 3. С. 8–9.

¹⁰ Каганский В. Л. Исследование российского культурного ландшафта как целого и некоторые его результаты // *Международный журнал исследований культуры*. 2011. № 4 (5). С. 26.

¹¹ Мулярова Е. В. Культурный ландшафт как правовая категория // *Журнал Института наследия*. 2016. № 4 (7). – URL: <http://nasledie-journal.ru/ru/journals/105.html> (дата обращения: 16.04.2020).

¹² Шишкина А. А. Культурный ландшафт: основные концепции // *Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского*. 2011. № 1 (21). С. 156.

¹³ Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. Москва: Институт Наследия, 2004. С. 7.

В. Н. Калущков¹ – в узко географических рамках, О. А. Лавренова² – в рамках философско-семиотической концепции, в которой ландшафт рассматривается как текст и особое значение имеет культурное пространство. Таким образом, в современной науке присутствует разница в подходах, а также в восприятии понятия культурного ландшафта. В частности, у географов в определении в качестве вспомогательного элемента ландшафтов выступает культура, а у культурологов – природа, являющаяся в целом основой, на которой строится культурный ландшафт. В связи с чем многие культурологи говорят не о культурно-природном или природно-культурном, но культурном ландшафте.

Отдельно отметим, что малоизученным остается вопрос репрезентации культурного наследия и ландшафта, которому особое внимание уделяется в научных трудах В. Н. Калущкова³, Ю. А. Крейдун⁴, А. В. Никитиной⁵. В частности, В. Н. Калущков описывает репрезентацию культурного ландшафта без сферы туризма, А. В. Никитина – в художественной культуре, виртуальной реальности, культуре повседневности, Ю. А. Крейдун – направления репрезентации информации о культурном наследии. В свою очередь, наше исследование позволяет объединить туризм, культурное наследие и культурные ландшафты благодаря созданию комплексной модели

¹ Калущков В. Н. Ландшафтная концепция в культурной географии: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора географических наук. Москва, 2009. 50 с.

² Лавренова О. А. Семантика культурного ландшафта: диссертация на соискание ученой степени доктора философских наук. Москва, 2010. С. 20–21.

³ Калущков В. Н. Географические подходы к созданию историко-культурных образов // Культура и пространство. Москва: Институт этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая РАН, 2010. Т. 2. С. 58–82.

⁴ Крейдун Ю. А. Репрезентация культурного наследия в сети интернет // Наследие – музей – туризм: мифы и современные реалии: межрегиональный молодежный форум с международным участием. Улан-Удэ: Восточно-Сибирский государственный институт культуры, 2016. С. 119.

⁵ Никитина А. В. Специфика философско-культурологической репрезентации культурного ландшафта: монография. Чебоксары: Чувашский государственный педагогический университет, 2014. С. 97.

репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма.

Также отметим, что вопросам культурного наследия и специфике культурного ландшафта Крыма посвящены работы Д. С. Берестовской¹, И. А. Андриющенко² и других исследователей, но они связаны с их изучением и сохранением. В то же время в данных работах фактически не представлены механизмы трансляции и использования культурного наследия.

Специфика взаимосвязи туризма, культуры, культурного наследия и ландшафтов отражена в работах А. С. Гализдры³, Т. И. Гуровой, Д. А. Дирина⁴, И. П. Конева, А. С. Кускова⁵, М. Маццанти, С. Мурато, К. Х. Нгуен, Ю. С. Путрика, М. Робинсона, Э. Филиппса. Так, К.Х. Нгуен⁶ говорит в целом о культуре как ресурсе развития туризма, Ю.С. Путрик⁷ рассматривает туризм как фактор сохранения наследия, М. Робинсон, Э. Филиппс⁸ анализируют культурный туризм с точки зрения аутентичности и коммодификации.

Рассмотрение культурного наследия как фактора регионального развития связано с культурной политикой.

¹ Берестовская Д. С. Культурные ландшафты Крыма: коллективная монография. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2016. 380 с.

² Андриющенко И. А. Сохранение культурного наследия как приоритетная задача региональных стратегий культурной политики // Культура народов Причерноморья с древнейших времён до наших дней: Материалы конференции. XLII Международные научные чтения. Симферополь: Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, 2017. С. 27–28.

³ Гализдра А. С. Социокультурная динамика туризма: монография. Саратов: Издательский дом «Наука», 2009. С. 5.

⁴ Дирин Д. А., Кусков А. С. Культурные ландшафты как элемент комплексной оценки туристско-рекреационного потенциала территории // Известия Алтайского государственного университета. 2011. № 3–1. С. 81.

⁵ Кусков А. С. Туризм в пространстве культурных ландшафтов: зарубежный опыт и российская практика // АРКТИКА. XXI век. Гуманитарные науки. 2015. № 2 (5). С. 36.

⁶ Нгуен К. Х. Культура как ресурс развития туризма во Вьетнаме: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора культурологии. Москва, 2013. 34 с.

⁷ Путрик Ю. С. Туризм как фактор сохранения наследия: исторический опыт и традиции // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 311. С. 96.

⁸ Robinson M., Phipps A. Cultural Tourism in a Changing World. Politics, Participation and (Re) presentation. – URL: <http://www00.unibg.it/dati/corsi/44108/50648-smith-robinson-proofs.pdf> (дата обращения: 01.05.2020).

Вопросам, связанным с государственной культурной политикой в области охраны культурного наследия посвящены труды О. Н. Астафьевой¹, Г. А. Аванесовой, рассматривающих культурное наследие как в дискурсе современных практик культурной политики, так и в качестве ресурсного потенциала социально-экономического развития России. Также О. Н. Астафьева, В. А. Горенкин, А. В. Швецова уделяют внимание особенностям региональной культурной политики Российской Федерации и специфике её реализации в Крыму². Особо следует отметить работы В. Ю. Музычук³, посвященные сохранению культурного наследия в контексте социально-экономического развития, а также государственной и общественной поддержке культуры. Аспекты, связанные с необходимостью межведомственного взаимодействия при реализации культурной политики государства, отражены в научных работах О. Н. Астафьевой, В. С. Лузана⁴, Л. Е. Вострякова, А. С. Тургаева⁵. Отметим, что основная часть исследований, посвященная культурной политике, связана, в первую очередь, с сохранением культурного наследия, но не его использованием в качестве ресурса развития. Это обусловлено тем, что проблема ресурсности культуры

¹ Астафьева О. Н. Культурная политика: теоретическое понятие и управленческая деятельность: лекции. Москва: РАГС, 2010. С. 15, 21; Астафьева О. Н., Аванесова Г. А. Развитие национальной культуры и культурная политика в Российской империи и СССР: сравнительный анализ // Ярославский педагогический вестник. 2015. № 4. С. 207.

² Астафьева О. Н., Горенкин В. А., Швецова А. В. Социокультурная политика Российской Федерации: стратегии, уровни, инновации: монография. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2019. С. 95.

³ Музычук В. Ю. Общественная поддержка культурной деятельности в рыночной экономике: вопросы теории и практики: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. Москва, 2013. 50 с.; Музычук В. Ю. Сохранение культурного наследия в контексте социально-экономического развития России // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2017. № 2. С. 8.

⁴ Лузан В. С. Культурная политика Российской Федерации в период с 1991 по 2017 годы: культурологический анализ: диссертация на соискание ученой степени доктора культурологии. Красноярск, 2017. С. 90.

⁵ Востряков Л. Е., Тургаев А. С. Новая модель государственной культурной политики России // Вестник СПбГИК. 2018. № 3 (36). С. 11.

как фактора социально-экономического развития актуализировалась в отечественной науке относительно недавно.

Культурная политика сегодня тесно связана с экономикой культуры, креативной экономикой, креативными индустриями. Рассмотрение культурного наследия как фактора развития туризма, в том числе и регионального, обуславливает обращение к такому современному механизму как креативная экономика или экономика культуры, потому что именно данный подход воспринимает культуру как ресурс. Среди западных исследователей мы можем отметить Д. Тросби¹, который свёл понятия экономика и культура к единому целому, однако его работы посвящены устойчивому развитию территории, культурной среде, но, при этом, культурному наследию не уделяется должного внимания. Особо значимыми для данного исследования также являются работы, посвященные рассмотрению экономики культуры и культурного наследия (А. Б. Долгин², А. Я. Рубинштейн³, Д. Тросби), креативных индустрий (Е. В. Зеленцова⁴, О. И. Микитинец⁵), экономики впечатлений (Дж. Пайн, Дж. Гилмор⁶), экономики впечатлений в туризме (А. В. Овруцкий⁷), культурного наследия как ресурса региона и фактора его социально-экономического развития (П. М. Шульгин⁸), культурного ресурса (Р. И. Пшеничникова¹), культурного

¹ Тросби Д. Экономика и культура / пер. с англ. И. Кушнаревой. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. С. 34–35, 55.

² Долгин А. Б. Экономика символического обмена. Москва: Инфра-М, 2006. 632 с.

³ Актуальные проблемы экономики культурного наследия / под редакцией А. Я. Рубинштейна. Москва: Государственный институт искусствознания, 2016. 108 с.

⁴ Зеленцова Е. В. Становление и развитие креативных индустрий в современной культуре: анализ зарубежного опыта. Москва, 2008. 30 с.

⁵ Микитинец О. И. Urban anthropology: роль креативных индустрий в конституировании городского культурного пространства // Культура народов Причерноморья. 2012. № 252. С. 164.

⁶ Пайн Дж., Гилмор Дж. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / перевод с английского Н. А. Ливинской. Москва: Вильямс, 2005. 171 с.

⁷ Овруцкий А. В. Туристические практики: от информации к впечатлениям // Сервис в России и за рубежом. 2016. № 8 (69). С. 97–104.

⁸ Шульгин П. М. Историко-культурное наследие как особый ресурс региона и фактор его социально-экономического развития // Мир России. 2004. № 2. С. 115–133.

и природного наследия как ресурса устойчивого развития территорий (О. И. Бычкова, Н. А. Костина, Е. В. Никонорова). Особо отметим исследования Дж. Пайна, Дж. Гилмора, создавших концепцию экономики впечатлений для развития бизнеса, где впечатление выступает четвертым экономическим предложением после услуги. В нашем исследовании мы применяем данную концепцию для сферы культуры, кроме того, в работе она выступает как инструмент, который можно применять к любой сфере, в частности, культурному наследию. Также следует отметить, что М. Д. Сущинской² была предложена модель туризма впечатлений в культурном туризме, но в её рамках не проводится оценка впечатлений посетителей объектов культурного наследия.

Таким образом, феномен культурного наследия становится доступным для комплексного изучения именно на пересечении дисциплинарных полей. Это обуславливает то, что при наличии достаточно большого количества исследований, посвященных различным аспектам культурного наследия, в то же время практически отсутствуют работы, связанные с репрезентацией культурного ландшафта как объекта наследия и посвященные алгоритму его оценки при реализации культурной политики России.

Таким образом, изучение научной литературы по заявленной теме позволило определить основной подход к исследованию культурного наследия как фактора развития регионального туризма и научно-квалификационные характеристики работы.

Проблема исследования заключается в осмыслении феномена культурного наследия с позиции междисциплинарного подхода. В контексте устойчивого развития территорий и регионов культурное наследие рассматривается как ресурс. В то же время отсутствуют реальные модели

¹ Пшеничникова Р. И. Культурный ресурс и новая культура XXI века // Культура как ресурс социально-экономического развития: материалы международной научной конференции. Улан-Удэ: Изд.-полигр. комплекс ФГОУ ВПО ВСГАКИ, 2010. С. 8.

² Сущинская М. Д. Развитие модели туризма впечатлений в культурном туризме // Известия СПбГЭУ. 2012. № 2. С. 110–111.

репрезентации и актуализации культурного наследия при его использовании, в том числе, как фактора развития индустрии регионального туризма.

Объектом исследования является региональный культурный туризм.

Предметом исследования выступает культурное наследие Крыма как фактор развития регионального туризма.

Цель исследования заключается в выявлении актуальных механизмов сохранения и использования культурного наследия как фактора развития регионального туризма в Крыму.

Достижение цели исследования предполагает решение следующих **задач**:

1. Рассмотреть культурное наследие и культурно-природный ландшафт как объекты междисциплинарных исследований.
2. На примере отечественного и зарубежного опыта определить роль государства в сохранении и трансляции культурного наследия.
3. Разработать модель репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма.
4. Рассмотреть культурное наследие как ресурс развития индустрии туризма.
5. Выявить перспективы развития регионального туризма в Крыму на основе культурного наследия в контексте реализации государственной культурной политики.
6. Разработать алгоритм оценки культурного наследия и раскрыть его инновационный потенциал в региональном туризме Крыма.

Хронологические рамки исследования заданы необходимостью описать наиболее значимые аспекты, связанные с сохранением и использованием культурного наследия, культурных ландшафтов в рамках культурной политики, экономики культуры, индустрии туризма и охватывают период с 70-80-х годов XX, начиная с которого наследие рассматривается как экономический ресурс развития, и по настоящее время.

Территориальные границы исследования определяются спецификой и уникальностью регионального культурного наследия Крыма.

Источниками исследования стали научные труды отечественных и зарубежных авторов, в которых представлены различные подходы к изучению культурного наследия и ландшафта, в частности определяющие роль государства в сохранении и трансляции культурного наследия, специфику взаимосвязи культурного наследия и туризма; нормативно-правовые акты в области культуры, культурного наследия, экономики и туризма; стратегии, проекты и иные документы, направленные на развитие туризма в Российской Федерации.

Методология и методы исследования. Методологические основы исследования составляет междисциплинарный подход к культуре и культурному наследию, позволивший рассмотреть культурное наследие, культурно-природные ландшафты и культурную среду в качестве базовых концептов современной культурологии. Применение данного подхода позволило, с одной стороны, обосновать ресурсность культурного наследия и его взаимосвязь с туризмом, а, с другой, рассмотреть культурный туризм, культурную политику и экономику впечатлений с позиции культурологии.

В работе были использованы общенаучные и специальные **методы**:

1. Структурно-функциональный метод, позволивший определить и изучить внутреннее строение, связи и функциональную значимость всех составляющих процесса производства культурного продукта в туризме.
2. Метод моделирования, который был привлечён для формирования модели репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма.
3. Для создания алгоритма оценки культурного наследия в контексте экономики впечатлений в работе были использованы общенаучные теоретические методы исследования (анализ и синтез, индукция и дедукция,

аналогия), эмпирические методы исследования (наблюдение, анкетирование), а также метод условной оценки.

4. Метод анализа также привлекался для исследования различных научных подходов к изучению культурного наследия, культурных и культурно-природных ландшафтов; синтез был востребован для дефиниции понятия «культурное наследие» с позиции междисциплинарного подхода, а также культурного ландшафта в контексте современной культурологии. Применение анализа и синтеза также было связано с выявлением особенностей охраны и трансляции культурного наследия в отечественной и зарубежной практике.

Также в прикладной части работы для описания возможностей преодоления межведомственной разобщенности при сохранении и трансляции культурного наследия применяется кластерный подход.

Научная новизна исследования состоит в том, что с позиции междисциплинарного подхода уточнено определение культурного наследия и культурного ландшафта; выявлены механизмы и необходимые условия осуществления охраны и развития культурного наследия России, в частности, обосновано внедрение межведомственного взаимодействия и применения кластерного подхода при реализации государственной культурной политики; впервые предложена модель репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма; получила дальнейшее развитие теория ресурсности культуры в условиях цифровизации, постиндустриального общества и современной рыночной экономики; определены особенности и перспективы развития регионального туризма на основе культурного наследия в контексте реализации государственной культурной политики; впервые был разработан алгоритм «оценки культуры» как инновационный механизм развития туризма, основанный на оценке впечатлений посетителей объекта культурного наследия.

На защиту выносятся следующие положения:

1. С позиции междисциплинарного подхода культурное наследие в рамках современных культурологических исследований предстает в качестве сложной системы, включающей материальные и нематериальные объекты культуры, взаимодействующие с природной средой. Данные объекты несут в себе изменяющуюся во времени и пространстве информацию и обладают культурной и экономической ценностью, целостностью и аутентичностью. Кроме того, наследие выступает как источник исторической памяти, созданной прошлыми поколениями, являющийся общественным благом и культурным капиталом. В результате культурное наследие является основой устойчивого развития, сохранения культурного и природного разнообразия.

Культурный ландшафт, выступающий как система непрерывного взаимодействия природы и человека и отражающий высокую степень культурной, экологической, исторической, политической информативности рассматривается как объект наследия.

2. Для эффективной реализации культурной политики в области охраны и трансляции культурного наследия в контексте устойчивого социального и экономического развития региона особое значение приобретает применение междисциплинарного и межведомственного подходов. Первый подход предполагает включение культурологических, политических и экономических аспектов. Второй подход основан на активном участии государства, общества и бизнеса на основе государственно-общественно-частного партнерства.

3. Эффективное представление культурного наследия возможно посредством внедрения модели репрезентации культурного ландшафта как объекта культурного наследия средствами туризма, включающей следующие элементы: субъекты, объекты, механизм (процессы актуализации и интерпретации), формы, типы, направления и стратегии репрезентации. Использование модели репрезентации культурного ландшафта как объекта культурного наследия поможет сформировать качественную культурную

среду определённого региона, а также развить перспективные направления регионального туризма.

4. В контексте устойчивого развития индустрии туризма и наследия тесно взаимосвязаны: с одной стороны, туризм основан на культурном наследии, но с другой, развитие туризма способствует актуализации и трансляции наследия. Культура, культурное наследие и культурно-природный ландшафт являются важным и наиболее востребованным современным ресурсом развития индустрии туризма. Данный ресурс способствует повышению уровня привлекательности и конкурентоспособности страны или региона, улучшению инфраструктуры, сохранению культурно-исторического наследия, реализации культурного и туристского потенциала и т.д. Наследие служит ресурсной основой для удовлетворения потребностей туристов, а туризм является наиболее эффективной формой репрезентации и охраны культурного наследия. Следовательно, рассмотрение культуры как ресурсного потенциала дает новые возможности для территориального развития.

5. Перспективные направления туризма в Крыму связаны с формированием культурной среды региона, включающей объекты культурного и природного наследия, а также культурные и культурно-природные ландшафты. С целью сохранения и трансляции культурного наследия Крымского полуострова осуществляется региональная культурная политика, тесно связанная с индустрией туризма. Такая политика направлена на раскрытие огромного культурного потенциала полуострова на основании имеющихся культурных и природных ресурсов. Благодаря её реализации в Крыму появляются возможности для репрезентации объектов материального и нематериального культурного наследия в индустрии туризма на общегосударственном и мировом уровнях, формируется положительный имидж региона и развивается брендовый туризм. Эффективность разработки и реализации перспективных программ развития регионального

туризма, в том числе, с использованием культурного наследия, связана с применением кластерного подхода. Именно с помощью кластеров возможно осуществление межведомственного взаимодействия, формирование государственно-частного партнёрства, что обеспечивает инновационное развитие и конкурентоспособность территории.

6. В связи с тем, что потребление культурного продукта связано с получением впечатлений, актуальным становится использование концепции «экономики впечатлений» в организации работы на объектах культурного наследия. Данная концепция применяется нами в качестве инструмента, способствующего экономическому развитию региона, а также в работе объектов культурного наследия с целью повышения их привлекательности и развития индустрии туризма. Это обусловлено тем, что наследие становится отдельной индустрией, которая направлена на создание специального продукта для удовлетворения культурных потребностей с учетом имеющихся ресурсов территории.

В качестве действенного инструмента концепции экономики впечатлений, в рамках кластерного подхода к культуре, предложен алгоритм оценки впечатлений посетителей объектов культурного наследия как инновационный механизм развития туризма. Оценка впечатлений потребителей необходима для повышения привлекательности объектов культурного наследия выбранного региона. Предлагаемый алгоритм оценки впечатлений посетителей позволяет выяснить степень чувственного воздействия на них культурного объекта, а также определить факторы, оказывающие наибольшее влияние на эмоции потребителей. Разработанный нами алгоритм оценки впечатлений посетителей является универсальным и может быть применён не только для посетителей музея-заповедника «Херсонес Таврический», но также других для объектов наследия. Использование данного алгоритма позволяет раскрыть новые возможности для развития индустрии туризма.

Теоретическая значимость исследования заключается в обосновании вопросов, связанных с разработкой модели, создающей возможности оценки культуры как основы устойчивого развития государств, ресурса социально-экономического развития стран и регионов. В данном ключе значимость работы обусловлена не только актуальностью разработки модели репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма, но также концептуальным алгоритмом оценки впечатлений посетителей культурных объектов Крыма.

Практическая значимость исследования. Материалы и выводы диссертационного исследования могут быть использованы для оценки впечатлений посетителей в работе учреждений культуры с целью повышения привлекательности объектов культурного наследия и развития индустрии туризма не только в Крыму и, в перспективе, в других регионах. Практические рекомендации, представленные в данной работе, могут быть использованы для развития регионального туризма на основе культурного наследия. В частности, результаты проведённого исследования могут быть использованы музеями с целью привлечения потенциальных посетителей. Кроме того, данное исследование может быть использовано при подготовке учебно-методических пособий по дисциплинам для обучающихся высших учебных заведений (Основы менеджмента и маркетинга музейного дела, Охрана культурного и природного наследия в России и за рубежом, Культурный туризм, Маркетинг в туристской деятельности).

Личный вклад соискателя состоит в:

- постановке проблемы исследования в отношении культурного наследия как фактора развития регионального туризма в Крыму;
- формулировке авторского подхода к пониманию культурного наследия и культурно-природных ландшафтов;
- выявлении особенностей охраны и трансляции культурного наследия в отечественной и зарубежной практике;

- определении и анализе перспектив развития регионального туризма в контексте реализации государственной культурной политики;
- осмыслении культурного наследия в качестве ресурса развития туризма;
- создании модели репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма;
- разработке алгоритма оценки культурного наследия в контексте экономики впечатлений.

Соответствие диссертации паспорту научной специальности. Тема и содержание диссертации соответствует научной специальности 24.00.01 – Теория и история культуры по отрасли культурология, в том числе пунктам: 1.9. Историческая преемственность в сохранении и трансляции культурных ценностей и смыслов; 1.15. Роль культурного наследия в жизнедеятельности общества; 1.26. Экология культуры; 1.29. Культурная политика общества, национальные и региональные аспекты культурной политики; 1.35. Культура и хозяйственно-экономическая жизнь общества.

Степень достоверности и апробация результатов исследования. Степень достоверности работы обусловлена комплексным изучением проблемы культурного наследия как фактора развития регионального туризма.

По теме исследования опубликованы 17 научных работ. Основные результаты диссертационного исследования изложены в 4 статьях, опубликованных в изданиях, рекомендованных Высшей аттестационной комиссией при Министерстве науки и высшего образования Российской Федерации, а также в научных статьях в изданиях, индексируемых в РИНЦ, тезисах докладов, опубликованных по результатам участия в конференциях.

Основные положения и выводы диссертационного исследования обсуждались на заседаниях кафедры философии, культурологии и гуманитарных дисциплин, докладывались на научно-практических

конференциях разных уровней, среди которых наиболее значимы следующие: Международные научные чтения «Культура народов Причерноморья с древнейших времен до наших дней» (г. Симферополь, КФУ им. В. И. Вернадского, Таврическая академия, 11-12 октября 2017 г., 17-18 апреля 2019 г., 21 апреля 2021 г.); Международная научно-творческая конференция «Искусство и наука третьего тысячелетия» (г. Симферополь, ГБОУВО РК «КУКИИТ», 23-24 ноября 2017 г., 15-16 ноября 2018 г., 14-15 ноября 2019 г., 16-17 ноября 2020 г.); Международная научно-практическая конференция «Россия и Европа: связь культуры и экономики» (Прага, Чешская Республика, 2 марта 2018 г.); Всероссийская научно-практическая конференция «Крым в общероссийском культурном пространстве: реалии, проблемы и перспективы» (г. Симферополь, ГБОУВО РК «КУКИИТ», 6 июня 2018 г.; 6-7 июня 2019 г.; 28-30 июня 2020 г., 4-5 июня 2021 г.); Международная междисциплинарная научно-практическая конференция «I Гурзуфские чтения» (пгт. Гурзуф, Республика Крым, КФУ им. В. И. Вернадского, Таврическая академия, 14 сентября 2018 г.); Международная научно-практическая конференция «Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма» (г. Ялта, пгт. Форос, 22-23 мая 2020 г., 13-14 мая 2021 г.).

Апробация результатов исследования была осуществлена также в результате участия в конкурсах, среди которых: Шестой Всероссийский конкурс молодых учёных в области искусств и культуры (диплом лауреата первой премии в номинации «Социально-культурная деятельность», ФГБНИУ «Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва, г. Москва); II Международный конкурс университетских групп «BEST UNIVERSITY GROUP - 2019» по направлению «Культурология» (28 октября 2019 г., г. Москва, второе командное место).

Результаты исследования были внедрены в рамках разработанного нами проекта для участия в конкурсе на соискание гранта Государственного Совета Республики Крым молодым ученым Крыма в номинации «Социальные и политические науки» на тему: «Модель репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма». Сотрудниками Государственных автономных учреждений культуры Республики Крым «Алупкинский дворцово-парковый музей-заповедник» и «Ливадийский дворец-музей» были проведены анализ и экспертиза проекта, по результатам которых в рекомендательных письмах была отмечена высокая вероятность внедрения модели репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма и алгоритма оценки культурного наследия в контексте экономики впечатлений в вышеуказанных учреждениях.

Структура работы обусловлена целью и задачами исследования и состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы, приложений. Общий объем диссертации 210 страниц. Список литературы включает 168 наименований. В приложениях приводится анкета для оценки впечатлений посетителей Государственного историко-археологического музея-заповедника «Херсонес Таврический», а также рекомендательные письма Государственных автономных учреждений культуры Республики Крым «Алупкинский дворцово-парковый музей-заповедник» и «Ливадийский дворец-музей».

ГЛАВА 1

КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ КАК ОБЪЕКТ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

1.1 Основные подходы к изучению культурного наследия и культурно-природных ландшафтов

Современное общество развивается за счет присутствующего постоянного взаимодействия стран, народов и культур. Глобализация трактуется учёными с учетом разных аспектов: экономического, политического, информационного, культурного и т.д. Наш мир воспринимается как единое пространство, в рамках которого происшествие, которое произошло в одном регионе, может иметь негативные последствия как для отдельного человека, так и для всего человечества. Глобализация отображает постоянную всемирную взаимосвязь, касающуюся практически всех сфер жизни и деятельности человека, в частности и культуры. Происходит процесс развития глобального пространства, с которым связана актуализация различных форм культуры (национальных, региональных, этноспецифических и др.)¹.

В контексте данного исследования особый интерес представляет рассмотрение культурной глобализации, поскольку идёт смена культурной теории мышления, «переход от регионального (национального) сознания к континентальному и общемировому»². Значение культурной глобализации, по словам М. А. Корытиной, состоит в создании единого человеческого

¹ Октябрьская И. В. Концепция культурного наследия: мировой и российский опыт формирования // Вестник НГУ. 2013. № 3. С. 30.

² Беляева Е. А., Ларионова Н. Б. Роль культурно-исторического наследия в условиях глобализации // Вестник ТИСБИ. 2012. № 4. С. 19.

пространства на основании общего для всего мира вектора развития, ценностей, норм, стереотипов, а также правил и предписаний¹.

Культурное наследие является важной частью не только культуры, но и современного мира, значимым фактором социально-экономического развития региона. По мнению И. И. Горловой и А. Л. Зорина, культурное наследие приспосабливается к современным реалиям, что «в значительной мере меняет его ценностное и символическое значение, высвечивает новые грани и аспекты данного феномена, усиливая его экономическую и утилитарно-прагматическую составляющую»². Исследователи Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева отождествляют культурное наследие с нематериальным богатством народа, на основании которого происходит культурный обмен между странами и народами, а также зиждется современная культура, наука, образование³. В связи с чем, по мнению Е. А. Беляевой, Н. Б. Ларионовой, постиндустриальное общество признает величайший потенциал культурного наследия, проявляющийся в форме нематериального, культурного, экономического и социального капитала невосместимой ценности⁴.

Глобализация оказывает значительное влияние на феномен культурного наследия. К проявлениям процессов глобализации в культурном наследии можно отнести:

– культурное единообразие и преобладание массовой культуры, которые могут привести к утрате различных форм культурного наследия, что

¹ Кобылина М. А. Культурная глобализация: феномен, сущность, противоречия процесса // Известия Саратовского университета. 2016. № 4. С. 381.

² Горлова И. И., Зорин А. Л. О трактовке понятия «культурное наследие» в современной гуманитаристике: теоретико-методологические подходы // Культурное наследие России. 2020. № 3. С. 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-traktovke-ponyatiya-kulturnoe-nasledie-v-sovremennoy-gumanitaristike-teoretiko-metodologicheskie-podhody> (дата обращения: 09.04.2021).

³ Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В. Охрана культурного наследия: международный и российский опыт // Вестник СПбГУКИ. 2014. № 4 (21). С. 6.

⁴ Беляева Е. А., Ларионова Н. Б. Роль культурно-исторического наследия в условиях глобализации // Вестник ТИСБИ. 2012. № 4. С.19.

неминуемо отражается на всех сферах жизни настоящего и последующего поколений, приводят к «духовному оскудению, разрывам исторической памяти, обеднению общества в целом»¹;

- феномен виртуализации культурного наследия, содействующий его продвижению на мировой информационной арене (создаются электронные модификации объектов культурного наследия, например, виртуальные музеи);

- уменьшение роли идеологической компоненты культуры, поскольку всё большую роль играют политические, экономические и цели иного характера;

- использование туристской индустрии в качестве способа продвижения культурного наследия на мировом уровне².

Глобализационные процессы оказывают позитивное и негативное воздействие на культурное наследие. Как отмечает М. А. Корицина, для глобализации характерны две полярные и в то же время «одинаково равноправные тенденции: стремление к контакту культур и этнокультурное сохранение своего своеобразия, следовательно, целесообразно воспринимать этот процесс как единство в многообразии, т.е. сохранение и соединение традиции и современности, глобализации и локализации, дифференциации и интеграции»³. Как утверждают Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева, объекты мирового культурного наследия имеют важное значение в отношениях международного характера, поскольку являются фундаментом в развитии сотрудничества и выступают в роли фактора «признания ценности культур разных стран для всей человеческой цивилизации»⁴. При этом «объекты культурного наследия сохраняют свою значимость символов времени,

¹ Там же.

² Кумскова Н. В. Культурное наследие и процессы глобализации // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. 2011. № 6. С. 116–117.

³ Корицина М. А. Культурная глобализация: феномен, сущность, противоречия процесса // Известия Саратовского университета. 2016. № 4. С. 382.

⁴ Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В. Охрана культурного наследия: международный и российский опыт // Вестник СПбГУКИ. 2014. № 4 (21). С. 7.

содержания исторической памяти и универсальных ценностей»¹. В том числе, «в эпоху глобализации социальных процессов бережное отношение к наследию позволяет сохранить уникальность национальных и региональных культур»². Это обуславливает рост интереса к уникальному культурному наследию (материальному и духовному) различных народов в мировом масштабе. В связи с этим особое внимание уделяется аспектам государственной охраны, применения, распространения и интерпретации объектов культурного наследия на различных уровнях (региональном, государственном и международном).

Таким образом, сегодня культурное наследие выступает базой сохранения культурно-исторического разнообразия, международного сотрудничества, а также культурного обмена между странами и народами. Как уже было сказано ранее глобальные процессы оказывают не только позитивное, но и негативное влияние на феномен культурного наследия, а также разработку и применение соответствующих механизмов сохранения, использования, популяризации, интерпретации и трансляции его материальных и духовных объектов.

В настоящее время культурное наследие все чаще рассматривается в качестве ресурса, способствующего развитию региона. В связи с этим, характерным явлением современности в сфере наследия является его коммерциализация (товаризация), которая создает множество проблем, среди которых отметим, прежде всего, утрату идентичности объекта, негативное воздействие на окружающую природную среду и культурный ландшафт, нарушение локальных культур, упадок местных культур вследствие развития

¹ Кумскова Н. В. Культурное наследие и процессы глобализации // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. 2011. № 6. С. 117.

² Горлова И. И., Бычкова О. И., Костина Н. А. Разработка и реализация инвестиционных региональных этнокультурных проектов на базе объектов историко-культурного наследия // Наследие веков. 2015. № 4. С. 18. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-i-realizatsiya-investitsionnyh-regionalnyh-etnokulturnyh-proektov-na-baze-obektov-istoriko-kulturnogo-naslediya> (дата обращения: 10.04.2021).

туристской индустрии и др. Решение подобных проблем приводит к возникновению необходимости изучения культурного наследия с точки зрения междисциплинарного подхода, дающего возможности выйти за пределы узкокультурологического взгляда на поставленную задачу и привлечь исследования смежных наук не только для изучения и разработки стратегий сохранения и трансляции материального и духовного культурного наследия, но и определить оптимальные пути его использования для социально-экономического развития региона.

На сегодняшний день выделяют различные подходы к пониманию культурного наследия, основанные на междисциплинарности вышеобозначенной проблемы. Так, исследователь Е. Л. Иванова отмечает, что существует два подхода к определению понятия культурного наследия. С позиции первого подхода оно рассматривается в качестве ресурса или уникального товара, продающегося на рынке и способствующего развитию индустрии культуры. Во втором подходе отражена взаимосвязь с экологией культуры, в которой «наследование понимается как процесс преемственности (право- и смыслопреемственности), опирающийся на общественные инициативы и использующий наследие как ресурс гуманитарного и регионального развития»¹. Рассмотренные подходы имеют общее основание: культурное наследие выступает в роли ресурса развития. Исключением является только то, что в первом подходе наследие предстает как ресурс развития индустрии культуры, а во втором – как ресурс гуманитарного и регионального развития. Мы полагаем, что данные подходы взаимосвязаны между собой, основываясь на том, что развитие культурных индустрий способствует развитию регионов.

В статье 1 Декларации прав культуры, разработанной Д. С. Лихачёвым, культура включает в себя культурное наследие, социальные институты и

¹ Иванова Е. Л. Обсуждение вопросов культурного наследия на III форуме в Казани (2003) // Этнометодология: проблемы, подходы, концепции. 2007. № 12. С. 14.

культурные процессы, а также инфраструктуру культуры. В этом документе культурное наследие рассматривается с позиции информационно-временного подхода как «форма закрепления и передачи совокупного духовного опыта человечества»¹. Основываясь на мнении автора, к культурному наследию относится всё то, что наделено исторической и культурной ценностью: традиции, обычаи, язык, фольклор, произведения искусства, книги, памятники археологии, архитектуры, науки и искусства, уникальные ландшафтные зоны и местности археологического, исторического и научного значения и т. п.². Как отмечает Ю. П. Борзилов: «мир вокруг нас оказывается пронизанным информацией, в основе которой в качестве её материальных носителей лежат скрытые или плохо видимые остатки прошлого, которые интерпретируются нами как объекты наследия»³.

В феноменологическом подходе, среди представителей которого отметим научные труды П. Нора⁴ и Д. Н. Замятина, наследие рассматривается как явление культуры. Данный подход впервые был применен П. Нора (1999 г.), который рассматривал наследие во взаимосвязи с категорией памяти⁵. Нельзя не согласиться с позицией Д. Н. Замятина, отождествляющего наследие с «кожей» культуры, без которой невозможно её существование и развитие. Наследие является неотъемлемой частью культуры, развитие которой благоприятствует его эволюции. Для анализа облика наследия в культуре, Д. Н. Замятин применяет образ «дерева-культуры», где «кора» выступает в роли «кожи» культуры, при этом «образ наследия в культуре наращивается самой культурой, как годовые древесные

¹ Лихачёв Д. С. Декларация прав культуры (проект). Санкт-Петербург: СПбГУП, 2000. – URL: <http://www.lihachev.ru/lihachev/deklaratsiya/123/> (дата обращения: 10.04.2020).

² Там же.

³ Борзилов Ю. П. Русское деревянное зодчество. Историко-культурное наследие и его педагогические проекции: монография. Москва: Мир науки, 2016. 92 с. – URL: <http://izd-mn.com/PDF/21MNNPM16.pdf> (дата обращения: 02.04.2020).

⁴ Нора П. Проблематика мест памяти. Франция – память. Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета, 1999. 865 с.

⁵ Шуб М. Л., Кособуцкая Н. Ю. Культурное наследие в свете современных гуманитарных подходов // Вестник КемГУКИ. 2017. № 41. С. 35.

кольца»¹. Представленное дерево выполняет важную защитную функцию культуры и растет во времени и пространстве. Но, кроме вышеуказанной функции, наследие объединяет различные культуры благодаря культурной памяти². Далее автор говорит о наследии как символическом капитале, используя образно-экономическую аналогию по отношению к понятию капитала, отмечая то, что по мере его накопления осуществляется «обмен различных культурных образов и символов, в котором, по сути, всегда некая признаваемая реальной, ментально-материальная субстанция, вещь, здание, артефакт становится как бы утраченной, полностью или частично, для полноценного настоящего культурного пребывания и функционирования»³.

Аксиологический подход к пониманию культурного наследия развивает Е. Н. Селезнёва, определяя его в качестве культурного ценностного пространства, состоящего из объектов, созданных прошлыми поколениями, которые организованы по выделенным социокультурным критериям: утилитарные (сохранение наследия с позиции его полезности), прагматические (обусловлены товаризацией культуры) и эстетические (сохранение и изучение эстетических объектов, идентичных своей эпохе)⁴. Кроме того, Е. Н. Селезнёва рассматривает культурное наследие как феноменологическую категорию, «которая фиксирует результаты передачи и наследования в социуме определенных объектов прошлого»⁵. С данной позиции реализуется информационно-временной подход к пониманию наследия, предложенный Д. С. Лихачёвым, который в том числе упоминает в исследовании Н. В. Кумскова полагая, что культурное наследие является источником информации о человеческом обществе, изменяющейся в

¹ Замятин Д. Н. Образ наследия в культуре: методологические подходы к изучению понятия «наследие» // Этнографическое обозрение. 2008. № 8. С. 122–123.

² Там же.

³ Там же. С. 128.

⁴ Селезнёва Е. Н. Теоретико-методологические проблемы актуализации культурного наследия // Культурологический журнал. 2013. № 2 (12). – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20523158> (дата обращения: 22.04.2020).

⁵ Там же.

пространственно-временном аспекте и представляет определенную социально-культурную систему, осуществляющую взаимодействие с внешней средой и временем, именно в наследии «заложена “память” культуры, её информационные коды»¹. Как мы видим, с этой точки зрения используется еще и системный подход, поскольку наследие предстает в виде социально-культурной системы. По мнению М. Е. Кулешовой, культурное наследие определяется через «систему общественных ценностей», предполагающую его «неизменность, сохраняемость, “закоренённость” – как защита от энтропии через поддержание информативности и разнообразия окружающего нас мира; как камертон, чтобы не заблудиться на путях цивилизационного выбора; как способ самоидентификации личности, общества, государства»². Культурное наследие отражает культурные достижения и опыт человеческой цивилизации в историческом развитии, обладает ценностью вне каких-либо временных рамок и состоит из различных культурных элементов, передающиеся из поколения в поколение.

В своем диссертационном исследовании А. А. Мазенкова, используя синергетический подход, представляет культурное наследие как самоорганизующуюся систему, которая состоит из четырех элементов: памятник, традиция, культурный ландшафт и человек. Данные элементы системы определяют ее структуру, а также тесно взаимодействуют друг с другом³.

Исследователь Л. В. Баева связывает понятие наследия с воплощением традиции, которая передаётся из поколения в поколение и наделяет смыслом

¹ Кумскова Н. В. Культурное наследие и процессы глобализации // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. 2011. № 6. С. 115.

² В фокусе наследия: сборник статей, посвященных 80-летию Ю. А. Веденина и 25-летию создания Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва / сост., отв. ред. М. Е. Кулешова. Москва: Институт географии РАН, 2017. С. 10.

³ Мазенкова А. А. Культурное наследие как самоорганизующаяся система: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук. Тюмень, 2009. 22 с.

прошлое и настоящее¹. Данным автором также представлена модель культурного наследия и определены его основные функции. Данная модель включает следующие элементы: предмет (объект) культурного наследия, субъект культурного наследия, механизмы сохранения культурного наследия, формы сохранения культурного наследия, функции культурного наследия, границы и уровни культурного наследия. Культурное наследие выполняет следующие функции: репродуктивная, которая связана с воспроизводством культуры; креативная, способствующая развитию культуры; аксиологическая, связанная с ценностным содержанием культуры; экзистенциальная, которая наполняет смыслом бытие человека в культуре; этическая и другие².

Наследие человечества с социальным кодом сравнивает Ю. Н. Гладкий, полагая, что с его помощью «память включается в современные процессы жизнедеятельности людей»³. Носителями данных о прошлом являются объекты культурного и природного наследия. Наследие исследуется в качестве исторической памяти с применением междисциплинарных методов. Такой подход, по мнению автора, даёт возможность восстановления истории различных природных территорий на основании программ социально-экономического развития, а также способствует сохранению культурного и природного разнообразия⁴. Также культурное наследие относится к части ценной и почитаемой материальной и духовной культуры, созданной прошлыми поколениями, способствующей объединению народов.

¹ Баева Л. В. Сохранение культурного наследия как воплощение традиции // Философия и общество. 2012. № 1. С. 109.

² Там же. С. 114.

³ Природное и культурное наследие: междисциплинарные исследования, сохранение и развитие. Коллективная монография по материалам VI Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, РГПУ им. А. И. Герцена, 25–26 октября 2017 года / Отв. ред. В. П. Соломин, Н. О. Верещагина, А. Н. Паранина. Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2017. С. 44.

⁴ Там же.

Обратимся также к экономическому подходу к трактовке сущности культурного наследия. В частности, О. В. Галкова использует теорию коммодификации (товаризации) к наследию, в соответствии с которой оно рассматривается в качестве продукта, который можно продать на рынке¹. Д. Тросби в свою очередь говорит о наследии как культурном капитале, пребывающем в материальной и нематериальной формах и способствующем созданию ценности (экономической и культурной)². В системе статистики ЮНЕСКО культурное наследие относится не только к экономической ценности, но и к общественному благу, которое включает ценности эстетического, исторического, социального, духовного и образовательного характера³. К подобной точке зрения склоняется А. Я. Рубинштейн причисляя культурное наследие к категории общественных благ, являющихся носителями потребительских свойств неисключаемости (любой человек может потребить данное благо) и несоперничества (достижимость блага для многих потребителей)⁴. При этом, по мнению А. Я. Рубинштейна, культурное наследие содействует привлечению инвесторов, вложенные денежные средства которых, способствуют развитию регионов и городов⁵. Следовательно, культурное наследие рассматривается в качестве экономического ресурса развития региона. Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева полагают, что объекты культурного наследия принося прибыль, выполняют экономическую функцию⁶. Для описания культурного наследия в отчёте об исследовании оценки ценностей культурного наследия,

¹ Галкова О. В. Культурное наследие: современные подходы и проблемы // Вестник МГУКИ. 2008. № 6. С. 45.

² Тросби Д. Экономика и культура / пер. с англ. И. Кушнаревой. М.: Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. С. 34–35, 55.

³ Система статистики культуры ЮНЕСКО-2009. Канада: Институт статистики ЮНЕСКО, 2010. 99 с. – URL: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-ru.pdf> (дата обращения: 29.04.2020).

⁴ Актуальные проблемы экономики культурного наследия / под редакцией А. Я. Рубинштейна. Москва: Государственный институт искусствознания, 2016. С. 15.

⁵ Там же. С. 21.

⁶ Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В. Охрана культурного наследия: международный и российский опыт // Вестник СПбГУКИ. 2014. № 4 (21). С. 6.

проведенном Институтом Гетти в Лос-Анджелесе, используются понятия экономической и культурной ценностей, при этом отмечается, что идея устойчивости может обеспечить связь между экономистом и защитником природы. Также в данном отчете экономисты выделяют две дополнительные формы капитала: человеческий (накопленное образование и опыт) и природный, к которому относятся запасы природных ресурсов (воздух, земля, вода) и обеспечение жизни экологической системы¹.

В российской музейной энциклопедии представлен термин не просто «культурно-историческое наследие» или «культурное наследие», но «культурное и природное наследие», что говорит о безусловной важности не только культурного, но природного наследия². В многочисленных научных исследованиях, как замечает Р. Чепайтене, культурное наследие довольно часто включает в себя природное (природные памятники, ландшафты) и культурное (городские ландшафты, архитектурные памятники, артефакты, деятельность человека), но, при этом, например, в Австралии, отдельно выделяется смешанное наследие, представленное в виде культурных ландшафтов, ассоциативных мест и людей³. Автор делает акцент на классическом и современном постмодернистском понятиях культурного наследия. Первое понятие культурного наследия как совокупности культурных ценностей накладывает ограничения относительно возможностей использования наследия и основано на передаче подлинных культурных ценностей последующим поколениям. Второе понятие культурного наследия в качестве культурного ресурса наоборот предусматривает активное использование культурных ценностей и в данном

¹ Assessing the Values of Cultural Heritage. Research Report Edited by Marta de la Torre. The Getty Conservation Institute. 2002. P. 101.

² Словарь музейных терминов // Российская музейная энциклопедия [Сайт]. – URL: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp?41> (дата обращения: 06.04.2020).

³ Чепайтене Р. Культурное наследие в глобальном мире / перевод с литовского М. Завьяловой. Вильнюс: ЕГУ, 2010. С. 24.

ключе, «культурные ценности воспринимаются как культурные ресурсы»¹. Наследие используется в современной индустрии наследия в качестве культурного, политического и экономического ресурса. Использование наследия как экономического ресурса чаще всего связано именно с индустрией туризма. Ресурсы индустрии наследия тесно взаимосвязаны между собой, и также могут использоваться на одной территории. Связи между ресурсами могут быть гармоничными и дисгармоничными. Процесс создания наследия связан с коллективной памятью и исторической культурой². В данном контексте функция культурного наследия постоянно варьируется между пассивным сохранением исторической памяти, культурной самобытности и возможностями для создания настоящего и конструирования будущего³.

В диссертационном исследовании Ю. Л. Мазуров реализовал географическую (пространственную) концепцию наследия, в которой природное и культурное наследие выступает в качестве фактора развития природопользования⁴.

Важное значение имеет также правовой подход к пониманию культурного наследия, базирующийся на изучении различных международных и отечественных правовых актов. Так, в конвенции об охране Всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО, принятой 16 ноября 1972 года на 17-й сессии Генеральной конференции ЮНЕСКО и вступившей в силу в 1975 году, не сформулировано понятие культурного наследия, но обозначен перечень объектов, относящихся к культурному

¹ Там же. С. 27–28.

² Там же. С. 27–28.

³ Tallarita A. L. Il patrimonio culturale. – URL: https://www.academia.edu/38742296/IL_PATRIMONIO_CULTURALE (дата обращения: 14.04.2020).

⁴ Мазуров Ю. Л. Природное и культурное наследие как фактор развития природопользования, вопросы методологии и практики управления: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора географических наук. Москва, 2006. 48 с.

наследию: памятники, ансамбли, достопримечательные места¹. Данная конвенция обращается к комплексному подходу, основанному на взаимосвязи природного и культурного наследия. Объекты всемирного культурного наследия (исторические памятники, археологические находки, народные традиции и т. д.) обладают уникальной ценностью и относятся к культурному достоянию человечества (например, Рильский монастырь в Болгарии, природно-исторический комплекс Мон-Сен-Мишель во Франции, фьорды Западной Норвегии и др.). Объекты культурного наследия для включения их в Список Всемирного наследия должны обладать выдающейся универсальной ценностью (outstanding universal value – высокая значимость объекта для всего мира, возможность оптимальным способом, с «наибольшей репрезентативностью представить природное и культурное разнообразие нашей планеты»²), аутентичностью (authenticity) и целостностью (integrity)³. Как отмечает Ю. П. Борзилов, наследие, являясь важной частью культуры, выступает в качестве одного из элементов фундамента культуры, на основании которого создается общество, «сущностным элементом его идентичности»⁴. В Федеральном законе Российской Федерации «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (24 мая 2002 г.), отражено, что к культурному наследию относятся материальные объекты (объекты недвижимого имущества, археологическое наследие; объекты, которые исторически связаны с определёнными территориями, произведениями живописи, скульптурой, наукой, техникой и т.д.). Данные объекты должны представлять ценность для

¹ Конвенция об охране Всемирного культурного и природного наследия (Париж, 16 ноября 1972 г.). // Организация объединённых наций [Сайт]. – URL: <http://whc.unesco.org/archive/convention-ru.pdf> (дата обращения: 01.04.2020).

² Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. Москва: Институт Наследия, 2004. С. 21–22.

³ Там же.

⁴ Борзилов Ю. П. Русское деревянное зодчество. Историко-культурное наследие и его педагогические проекции: монография. Москва: Мир науки, 2016. 92 с. – URL: <http://izd-mn.com/PDF/21MNNPM16.pdf> (дата обращения: 02.04.2020).

истории, искусства, культуры, этнологии, антропологии и т. д.¹. В основе сохранения культурного наследия в соответствии с законом лежит его ценность. К критериям ценности культурного наследия относятся: данный объект имеет важное значение для развития определённого культурного явления; является шедевром творчества; отражает выдающиеся культурные традиции (типы культуры); обладает уникальной репрезентативностью для определённой культуры; показывает важный исторический этап развития народа; ассоциируется с выдающимися событиями, идеями, традициями, личностями². В законе «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» к категориям объектов культурного наследия историко-культурного значения причисляют объекты культурного наследия различной значимости: федеральные, региональные и местные³. В российской музейной энциклопедии объект культурного и природного наследия (единица наследия) представлен в материальной (движимые и недвижимые объекты) и нематериальной формах, является ценностным элементом актуальной культуры, устойчивым во времени и пространстве⁴.

В 1992 г. для реализации Конвенции ЮНЕСКО «Об охране Всемирного культурного и природного наследия» был основан Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия им. Д. С. Лихачёва. В результате работы Института были созданы новые подходы к пониманию культурного наследия. Его деятельность началась с

¹ Федеральный закон от 25 июня 2002 г. № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (ред. от 24.04.2020) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37318/ (дата обращения: 29.04.2020).

² Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. Москва: Институт Наследия, 2004. С. 40.

³ Федеральный закон от 25 июня 2002 г. № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (ред. от 24.04.2020) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37318/ (дата обращения: 29.04.2020).

⁴ Словарь музейных терминов // Российская музейная энциклопедия [Сайт]. – URL: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp?41> (дата обращения: 06.04.2020).

формирования стратегии, связанной с сохранением и использованием наследия, в основу которой были положены три концепции, разработанные выдающимися российскими учёными В. И. Вернадским и Д. С. Лихачёвым: ноосферная, экологии культуры и культурного ландшафта¹. Также Институт Наследия активно участвовал в работе над Национальным атласом России, включающем четыре тома: «Общая характеристика территории», «Природа. Экология», «Население. Экономика» и «История. Культура». Что касается четвёртого тома, то он включает два раздела: «История» и «Культура»². В том числе, в разделе под названием «Культурное и природное наследие России» выделены основные важные с точки зрения проводимого исследования функции наследия³:

- наследие рассматривается в качестве исторической памяти (в роли носителей информации о прошлом выступают объекты природного и культурного наследия);
- наследие является основой для устойчивого развития (применяется для выработки стратегии развития с учетом объектов природного и культурного наследия как материального, так и нематериального характера); в данном ключе сохранение наследия способствует благополучию и повышает качество жизни людей, выступает не только в качестве базы, но и своеобразного стимула устойчивого развития;
- наследие выступает фундаментом для сохранения культурного и природного разнообразия (его существование становится возможным в том

¹ Галкова О. В. Теоретические основы культурного наследия // Logos et Praxis, 2011. № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-kulturnogo-naslediya> (дата обращения: 23.04.2020).

² Национальный атлас России. Том 4 «История. Культура» // Национальный атлас России [Сайт]. – URL: <http://xn--80aaaa1bhncclcl5c4ep.xn--p1ai/cd4/about.html> (дата обращения: 15.04.2020).

³ В фокусе наследия: сборник статей, посвященных 80-летию Ю. А. Веденина и 25-летию создания Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва / сост., отв. ред. М. Е. Кулешова. Москва: Институт географии РАН, 2017. 688 с. С. 54–55.

случае, если будут сохраняться все слои культурного и природного наследия и возникать новые формы культуры: материальная и нематериальная).

На основании исследований Института наследия, О. В. Галкова выделяет три подхода к изучению наследия:

1. Генетический (наследие является носителем исторической памяти, обеспечивающей сохранность национальной, региональной культуры).

2. Экологический (наследие выступает в роли базиса для устойчивого развития общества и биосферы).

3. Географический (наследие является фундаментом в обеспечении сохранности культурного и природного многообразия мира, страны, отдельных регионов, народов, групп населения)¹.

В этих подходах, по мнению О. В. Галковой, наследие способствует созданию культурно-ландшафтного пространства и имеет большое значение в социальной и экономической политике государства².

В конвенции ЮНЕСКО «Об охране нематериального культурного наследия», принятой 17 октября 2003 года Генеральной конференцией ООН, в рамках которой обсуждались вопросы образования, науки и культуры, отмечено, что нематериальное культурное наследие – это все то, что признано обществом, группами и отдельными людьми как часть их культурного наследия, к которому относятся «обычаи, формы представления и выражения, знания и навыки, а также связанные с ними инструменты, предметы, артефакты и культурные пространства»³.

¹ Галкова О. В. Теоретические основы культурного наследия // Logos et Praxis, 2011. № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-kulturnogo-naslediya> (дата обращения: 23.04.2020).

² Там же.

³ Конвенция ЮНЕСКО «Об охране нематериального культурного наследия» (Париж, 17 октября 2003 г.) // Организация объединенных наций [Сайт]. – URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/cultural_heritage_conv (дата обращения: 02.04.2020).

Важность нематериального культурного наследия связана с богатством знаний, умений, мастерством определенного народа, передающихся будущим поколениям. В связи с появлением вышеупомянутой конвенции, особое внимание стало уделяться не только сохранению материального культурного наследия, но и духовного. По мнению Р. Чепайтене, духовное культурное наследие наполняет смыслом материальное, и несмотря на их взаимосвязь, не всегда нематериальное культурное наследие имеет материальную форму (например, устная поэзия)¹. Нематериальное культурное наследие – живое выражение культуры народа, «жизненный опыт многих поколений, многовековая мудрость»². Выделяют категории, по которым территории с нематериальным культурным наследием могут быть включены в список всемирного наследия: пути/маршруты (например, Шелковый путь), культурные ландшафты с сельским хозяйством (например, рисовые поля, виноградники, леса) или с местами поселений (например, места пещерных людей в Каппадокии); ассоциативные места, связанные с легендами и мифами, например, Тонгариро в Новой Зеландии (эти места имеют особое значение для местных жителей); мемориальные места (памятник Миру в Хиросиме)³.

Таким образом, был проведен анализ научных трудов исследователей разнообразных течений, основываясь на которых сформулируем определение культурного наследия с точки зрения междисциплинарного подхода, который базируется на объединении культурологического, экономического, правового, ценностного, информационно-временного, функционального и системного подходов к пониманию наследия. В настоящее время культурное

¹ Чепайтене Р. Культурное наследие в глобальном мире. Вильнюс: ЕГУ, 2010. С. 156.

² Зенкова Е. А., Акоева Н. Б. Актуализация традиций в современном обществе как фактор сохранения нематериального культурного наследия // Культурная жизнь Юга России. 2020. № 4 (79). С. 131.

³ Чепайтене Р. Культурное наследие в глобальном мире. Вильнюс: ЕГУ, 2010. С. 154.

наследие необходимо рассматривать в качестве *сложной системы*, включающей материальные и нематериальные культурные объекты, тесно взаимосвязанные и взаимодействующие с природной средой, несущие в себе изменяющуюся во времени и пространстве информацию и обладающие ценностью (культурной, экономической), целостностью и подлинностью; в качестве источника исторической памяти, созданной предыдущими поколениями, представляющего общественное благо и культурный капитал; в качестве основы устойчивого развития, сохранения культурного и природного разнообразия¹.

Сохранение наследия обуславливает необходимость выявления и изучения всех его элементов и создания условий для обеспечения их защиты. Одним из важных объектов культурного наследия является культурный ландшафт, который «олицетворяет множество культурных и природных ценностей в их единстве и взаимодействии»². Именно культурный ландшафт дает возможности для комплексного изучения и сохранения наследия, поскольку «сохранение культурного и природного разнообразия Земли возможно только при бережном отношении к национальной и региональной специфике культурного и природного ландшафта»³.

Культурное наследие как часть культурно-природного ландшафта

Важным компонентом культуры, фундаментом сохранения культурно-исторического разнообразия, а также движущей силой социального и экономического развития региона являются культурные и культурно-природные ландшафты. Актуальным вопросом в данной области является соотношение культурного наследия и природных условий, обуславливающих его существование, проявляющегося во взаимодействии природного

² Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. Москва: Институт Наследия, 2004. С. 5.

³ Национальный атлас России. Том 4 «История. Культура» // Национальный атлас России [Сайт]. – URL: <http://xn--80aaaa1bhncclci1cl5c4ep.xn--plai/cd4/about.html> (дата обращения: 15.04.2020).

ландшафта, культурного ландшафта и наследия. В системе статистики культуры ЮНЕСКО (2009 г.) представлена область культурного и природного наследия, отражающая соотношение природного и культурного компонентов наследия, включающая три части: музеи, археологические и исторические территории (учитывая территории, на которых расположены памятники и осуществляются археологические раскопки); культурные ландшафты; природное наследие¹.

Кроме того, в российской музейной энциклопедии дано определение не культурного, но культурного и природного наследия, рассматриваемого в качестве совокупности культурных и природных объектов, которые отображают периоды общественного и природного развития, предстающие в сознании социума как ценности, которые необходимо сохранять и актуализировать².

По словам С. П. Калиты, культурное наследие следует рассматривать в качестве совокупности объектов материальной и нематериальной культуры и сотворчества человека и природы, не зависящих от места их нахождения и имеющих важное значение в сохранении и развитии локальных культур, обладающих универсальной ценностью для культуры³. Таким образом, как мы видим, проблемы определения культурного наследия тесным образом взаимосвязаны с представлениями о культурных и культурно-природных ландшафтах. Обратимся, в первую очередь, к понятию культурного ландшафта.

В отечественной научной литературе термин «культурный ландшафт» впервые упоминается в статье Л. С. Берга «Предмет и задачи географии»

¹ Руководство по выполнению Конвенции об охране всемирного наследия. Париж: Центр всемирного наследия ЮНЕСКО. 2013. 389 с. – URL: http://kgior.gov.spb.ru/media/uploads/userfiles/2017/08/10/26_11_2013_4.pdf (дата обращения: 07.04.2020).

² Словарь музейных терминов // Российская музейная энциклопедия [Сайт]. – URL: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp?41> (дата обращения: 06.04.2020).

³ Калита С. П. Культурное наследие: трансляция и интерпретация // Вестник РУДН. 2007. № 4. С. 15.

(1915 г.), в которой под географией понимали науку о природных и культурных ландшафтах. Данная статья была написана на основании идей его учителя В. В. Докучаева, в которых окружающий мир изучался с позиции существующей связи между природой и человеком, не исключая его быт и духовный мир¹. Обращаясь к зарубежной литературе, авторами понятия «культурный ландшафт» считают американских географов К. О. Сауэра и К. Л. Салтера (начало XX в.), рассматривающих его как ландшафт, сформированный человеком². Хотя термин «культурный ландшафт» возник в начале XX в., мировое значение он получил только в 1992 г. в Руководстве ЮНЕСКО по использованию Конвенции о Всемирном наследии, в котором он рассматривается как объект Всемирного наследия. В конвенции культурный ландшафт отражает эволюцию человеческого общества под влиянием природных условий, а также разнообразных процессов (культурных, социальных, экономических)³. Среди значимых документов также упомянем Европейскую конвенцию о ландшафтах (2000 г., Страсбург), в которой ландшафт понимается как часть территории с позиции восприятия ее жителями, специфика которой зависит от воздействия и взаимодействия природных и человеческих факторов⁴. Стоит отметить, что в Европейской конвенции отдельно не обозначены понятия культурного и природного ландшафта и показано определение не просто ландшафта, но именно культурно-природного ландшафта. Это объясняется тем, что в определении показано влияние и взаимодействие природных и людских факторов, а

¹ Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. Москва: Институт Наследия, 2004. С. 133.

² Чепайтене Р. Культурное наследие в глобальном мире. Вильнюс: ЕГУ, 2010. С. 166.

³ Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. Москва: Институт Наследия, 2004. С. 18.

⁴ Европейская конвенция о ландшафтах (Страсбург, 2000 г.). – URL: <https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016802f3fb9> (дата обращения: 16.04.2020).

человек с позиции культурной антропологии не только создатель, но и творение культуры.

Следует подчеркнуть, что в отечественном законодательстве отсутствует понятие «культурный ландшафт». Но при этом, в третьей статье закона Российской Федерации «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (2002 г.) культурные и природные ландшафты отнесены к категории достопримечательных мест¹.

В силу своей значимости, культурный ландшафт исследуется учеными разных направлений, среди которых культурологи, географы, историки, социологи, политологи, правоведы, искусствоведы, философы и др. В зависимости от роли культуры в формировании определенного культурного ландшафта, претерпевают изменения представления о его определении. Подходы, связанные с исследованием культурных ландшафтов, основаны на взаимосвязи и взаимозависимости природы и культуры. Применение данного понятия в многочисленных исследованиях обусловлено тем, что дает возможности для целостного восприятия окружающего пространства². В данном ключе особую значимость имеет то, что культурный ландшафт предстает, с одной стороны, как некое явление культуры, в основе которого лежат географические и природные ландшафты, а, с другой, как сложная система с определенными пространственными и временными характеристиками³. Возникновение культурного ландшафта И. Н. Горелова связывает с воздействием культуры на природу и считает, что он включает следующие компоненты: агросфера (обусловлена влиянием человека) и

¹ Федеральный закон от 25 июня 2002 г. № 73-ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (ред. от 24.04.2020) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37318/ (дата обращения: 29.04.2020).

² Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. Москва: Институт Наследия, 2004. С. 140–141.

³ Берестовская Д. С. Культурные ландшафты Крыма: коллективная монография. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2016. С. 7.

техносфера (элементы материальной культуры, которые взаимодействуют с неживой природой)¹. Автор также акцентирует свое внимание на том, что «душа культуры созвучна ландшафту, в котором живет культура (но не ландшафт определяет культуру)»².

Упомянем также понятие «историко-культурный ландшафт», представленное в российской музейной энциклопедии как часть культурного ландшафта в виде природно-культурного территориального комплекса, а также объекта культурного и природного наследия, имеющего подлинные признаки (природные, материальные, ментальные)³. Культурный ландшафт в вышеупомянутой энциклопедии – это природно-культурное образование, постоянно развивающееся и формирующееся благодаря бесконечному взаимодействию природы и человека. Рассматривая составляющие культурного ландшафта во взаимодействии с природой, В. Л. Каганский полагает, что культурный ландшафт «фиксирует упорядоченность, взаимосвязанность и закономерность явлений на поверхности Земли в пространственном аспекте»⁴.

С позиции культурологии, особое значение приобретает ландшафтная интерпретация, связанная с семиотической интерпретацией ландшафта, представляющей наполненный смыслом текст. В данном ключе культурный ландшафт в соответствии с семиотическим подходом рассматривает О. А. Лавренова, отмечая, что он представляет собой «кластер геокультурного пространства и феномен культуры – систему матриц и кодов культуры, выражающихся в знаках символах, непосредственно связанных с территорией и / или имеющих на территории своё материальное

¹ Горелова И. Н. Культурология. Часть 1. Курс лекций. Москва: МИИТ, 2010. С. 27.

² Там же. С. 43.

³ Словарь музейных терминов // Российская музейная энциклопедия [Сайт]. – URL: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp?41> (дата обращения: 06.04.2020).

⁴ Каганский В. Л. Исследование российского культурного ландшафта как целого и некоторые его результаты // Международный журнал исследований культуры. 2011. № 4 (5). С. 26.

выражение»¹. Также исследователь полагает, что культурный ландшафт можно интерпретировать и прочесть как текст на различных уровнях (например, локальный, макрорегиональный).

Специалист в области культурной географии В. Н. Калущков выделяет три основных подхода к созданию историко-культурных образов: картографический, гуманитарно-географический и культурно-ландшафтный². Мы полагаем, что в западной культурной географии концепция ландшафта считается одной из распространенных и результативных. С позиции данной концепции исследования проводит Берклийская школа культурной географии, основателем которой является К. Зауэр. По мнению В. Н. Калущкова, к преимуществам концепции культурного ландшафта можно отнести: междисциплинарность, огромный эвристический потенциал и большие возможности для репрезентации³. Междисциплинарный характер содействует решению многих проблем современной науки, среди которых важное место занимает рассмотрение специфики взаимодействия природы и культуры.

Среди наиболее значимых подходов к изучению культурного ландшафта выделим следующие: классический ландшафтный географический подход, этнолого-географический подход и информационно-аксиологический подход. Отличия данных подходов заключаются в их использовании с целью сохранения культурных ландшафтов, рассматриваемых в качестве объектов наследия⁴. В свою очередь, в соответствии с географическим подходом культурный ландшафт – это ландшафт, созданный человеком с учетом природных условий определенной

¹ Лавренова О. А. Семантика культурного ландшафта: диссертация на соискание ученой степени доктора философских наук. Москва, 2010. С. 19.

² Калущков В. Н. Географические подходы к созданию историко-культурных образов // Культура и пространство. Книга вторая. Историко-культурные бренды территорий, регионов и мест. Москва: ИЭА РАН, 2010. С. 58.

³ Там же.

⁴ Культурный ландшафт как объект наследия / Под ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. Москва: Институт Наследия, 2004. С. 14.

территории¹. К преимуществам использования данного подхода, по мнению А. А. Шишкиной, следует отнести: исследование физических характеристик культурного ландшафта; изучение методов практического взаимодействия человека с природой как части культурного ландшафта (природа способствует созданию и преобразованию ландшафта); создание необходимых условий для формирования реального культурного ландшафта с учетом обеспечения сохранности экологической среды для жизнедеятельности человека². По мнению В. Н. Калущкова как одного из репрезентантов этнолого-географического подхода, культурный ландшафт складывается из комплекса коррелирующих подсистем. В основе данного подхода лежит соотношение природного ландшафта и определенного этноса. Обратимся к деятельности российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва, являющегося представителем информационно-аксиологического подхода (основатели Ю. А. Веденин, М. Е. Кулешова, Р. Ф. Туровский), в рамках которой акцентируется внимание именно на исследовании культурных ландшафтов. В информационно-аксиологической концепции, основанной на исследованиях Д. С. Лихачёва в области экологии культуры, культурный ландшафт предстает в виде природно-культурного комплекса определенной территории, который был сформирован в конечном итоге на основании эволюционного взаимодействия природы и человека³. Кроме того, Ю. А. Веденин признан основателем одной из культурно-ландшафтных школ и научной концепции культурного ландшафта в качестве комплексного

¹ Мулярова Е. В. Культурный ландшафт как правовая категория // Журнал Института наследия. 2016. № 4 (7). – URL: <http://nasledie-journal.ru/ru/journals/105.html> (дата обращения: 16.04.2020).

² Шишкина А. А. Культурный ландшафт: основные концепции // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. 2011. № 1 (21). С. 156.

³ Берестовская Д. С. Культурные ландшафты Крыма: коллективная монография. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2016. С. 12–13.

объекта не только культурного, но и природного наследия¹. Культурный ландшафт в данной концепции изучается как сотворчество природы и человека, представленное в качестве сложной системы ценностей (материальных и духовных), отражающих высокую степень информативности (экологической, исторической и культурологической)². В связи с чем открываются новые возможности для рассмотрения культурного ландшафта с позиции системного подхода. Следует также обратиться к концепции В. И. Вернадского о ноосфере, основываясь на которой Ю. А. Веденин даёт определение культурного ландшафта как единой территориально-локализованной совокупности различных явлений (социальных, культурных, природных, технических), которая образовалась благодаря объединению действий природных процессов и деятельности людей (художественно-творческая, интеллектуально-созидательная и рутинная жизнеобеспечивающая)³. Частью данной концепции является природно-культурный каркас, используемый с целью выявления основных структур территории, учитывающий взаимосвязанные и взаимообусловленные природные и культурные элементы. Обозначение природно-культурного каркаса территории ученые выделяют в качестве одного из перспективных методов, необходимых для обеспечения сохранности культурного ландшафта как объекта наследия. Это обусловлено тем, что метод является базой не только для определения закономерностей создания ландшафта, но и качественного управления им. Стоит отметить, что каркасы природного и культурного содержания по функциям не совместимы, поэтому они всецело никогда не совпадают. Несмотря на это обстоятельство

¹ В фокусе наследия: сборник статей, посвященных 80-летию Ю. А. Веденина и 25-летию создания Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва / сост., отв. ред. М. Е. Кулешова. Москва: Институт географии РАН, 2017. С. 11.

² Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. Москва: Институт Наследия, 2004. С. 15–16.

³ Веденин Ю. А. Очерки по географии искусства. Москва: Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия, 1997. С. 9.

подобные каркасы могут совмещаться в пространственном аспекте¹. Причем, культурный каркас содействует изменению природного, за счет чего в дальнейшем формируется культурный ландшафт². Он создается благодаря взаимодействию культуры с природным ландшафтом, поскольку «культурные компоненты опираются на природный ландшафт, встраиваются в него, изменяя его в соответствии со своими особенностями, характерными для различных исторических эпох и этносов»³. Культурный ландшафт, безусловно, рассматривается как часть территории, состоящей из разнообразных элементов окружающей среды. К подобным элементам, от которых зависит уникальность ландшафта, относятся: природные компоненты; различные виды деятельности людей, связанные с преобразованием территории; комплексные экосистемы ландшафтов. Культурный ландшафт, в частности, имеет свою структуру, в которой Ю. А. Веденин определил вертикальную и горизонтальную ориентации. Так, вертикальная структура состоит из двух слоев (культурный и природный), а горизонтальная предстает перед нами как организованный по иерархии комплекс разных по масштабу единиц территории⁴. Что касается культурного слоя, то, основываясь на мнении Ю. А. Веденина, он формируется благодаря деятельности человека, которая сконцентрирована на создании системы ценностей. Так, культурный слой представлен современной культурой и культурным наследием как ее неотъемлемой части, а природный – преобразованной и естественной природой⁵. В свою очередь, можно

¹ Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. Москва: Институт Наследия, 2004. С. 93.

² Там же.

³ Природное и культурное наследие: междисциплинарные исследования, сохранение и развитие. Коллективная монография по материалам VI Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, РГПУ им. А. И. Герцена, 25–26 октября 2017 года / Отв. ред. В. П. Соломин, Н. О. Верещагина, А. Н. Паранина. Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2017. С. 38.

⁴ Веденин Ю. А. Очерки по географии искусства. Москва: Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия, 1997. С. 10.

⁵ Там же.

выделить разнообразные способы взаимосвязи между культурой и природным ландшафтом. В частности, с помощью материальных объектов, определенных видов деятельности человека, связанных с его отношением к природе, на которое оказывают влияние сформированные ценности¹. Следовательно, как отмечает Ю. А. Веденин: «культура входит в ландшафт и через процессы деятельности, через потоки энергии и информации, связывающие культуру и природу»². В то же время, исследователь Ю. В. Шах отмечает, что к специфике любого культурного ландшафта относится его активное постоянное изменение в ходе «взаимодействия географического пространства-времени и элементов культуры»³. Изучая данное взаимодействие, отметим, что оно показывает то, каким образом развивается общество с учетом условий окружающей среды и деятельности человека. По мнению Ю. В. Шах, человек может применять различные способы взаимодействия с ландшафтом. Так, это может быть осознанное взаимодействие как прямое (например, создание объектов культурного наследия), так и косвенное (например, написание картин)) и неосознанное⁴.

Возвращаясь к проблеме соотношения культурного ландшафта и культурного наследия, центральное место здесь занимает понятие ценности, поскольку далеко не любой культурный (культурно-природный) ландшафт в будущем может стать или уже является объектом культурного наследия. В частности, для включения ландшафта в список объектов культурного наследия эксперты определяют его ценность. Так, М. Е. Кулешова предлагает использовать обобщенную систему критериев ценности культурного ландшафта как объекта культурного и природного наследия⁵. В связи с чем,

¹ Там же. С. 9.

² Там же.

³ Берестовская Д. С. Культурные ландшафты Крыма: коллективная монография. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2016. С. 245.

⁴ Там же.

⁵ Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. Москва: Институт Наследия, 2004. С. 41–44.

по мнению автора, необходимо применять для оценки культурного ландшафта не только критерии ценности культурного наследия, к которым относятся универсальная ценность, аутентичность и целостность, но и природного наследия, среди которых выделяют эстетические качества, единство, параметры изменения, разнообразие¹. Это обуславливает то, что именно концепция культурного ландшафта объединяет не только культурные, но и природные ценности наследия. Предложенные критерии культурного наследия применимы и к культурным ландшафтам. Следовательно, ландшафт не только воспринимается, но и оценивается как единое целое².

В нашем исследовании изучается не просто культурный ландшафт, но культурно-природный ландшафт, к части которого относится культурное наследие. Важность подобного синтеза культурного и природного ландшафтов объясняется комплексным пониманием не только ландшафта, но и культурного наследия, необходимым для обеспечения его сохранности. В том числе, проблемы охраны окружающей и культурной среды можно решить благодаря обеспечению сохранности качества ландшафтов³.

В свою очередь Ю. А. Веденин и М. Е. Кулешова объединили ландшафты на основании взаимосвязи между информацией и её носителями в три группы, включающие различные подгруппы:

– группы ландшафтов, выступающие в роли обладателя ценной, но еще не раскрытой информации для культуры определенной нации или мира в целом (выделены две подгруппы ландшафтов, в которых в качестве носителей данных указывают природные объекты, возможные памятники материальной культуры и местное население);

¹ Там же. С. 21–22.

² Берестовская Д. С. Культурные ландшафты Крыма: коллективная монография. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2016. С. 6.

³ Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. Москва: Институт Наследия, 2004. С. 31.

- группы ландшафтов, выступающие в качестве носителей ценной, отмеченной и популярной информации в рамках мировой или национальной культуры (выделены две подгруппы ландшафтов – это реально существующие объекты, определенные учеными и у истоков которых лежит мифология);
- третья группа ландшафтов присутствует только в виртуальном мире¹.

Обратимся также к руководству по выполнению Конвенции об охране Всемирного наследия, в котором представлены три категории культурных ландшафтов:

1. Ландшафты, осознанно придуманные и сотворенные человеком (садово-парковые ландшафты, взаимосвязанные в большинстве случаев с конструкциями и комплексами религиозного или другого характера).
2. Органически эволюционировавшие ландшафты, включающие два вида: реликтовый ландшафт, процесс эволюции которого остановился и развивающийся ландшафт, в котором данный процесс продолжается.
3. Ассоциативный культурный ландшафт, в котором присутствуют сильные связи религиозного, художественного или культурного характера с природным ландшафтом².

Представим группы, а также категории культурных ландшафтов в соответствии с руководством по выполнению Конвенции об охране всемирного наследия и исследованиями Ю. А. Веденина и М. Е. Кулешовой в виде общей схемы (Рис. 1).

¹ Там же. С. 73.

² Руководство по выполнению Конвенции об охране всемирного наследия. Париж: Центр всемирного наследия ЮНЕСКО. 2013. 389 с. – URL: http://kgiop.gov.spb.ru/media/uploads/userfiles/2017/08/10/26_11_2013_4.pdf (дата обращения: 07.04.2020).



Рис. 1. Категории и типы культурных ландшафтов

Таким образом, на основе осуществленного анализа можно сделать вывод о рассмотренных подходах к изучению культурных и культурно-природных ландшафтов относительно того, что они базируются на взаимосвязи и взаимодействии природных и культурных компонентов. Также отметим особенности культурного и культурно-природного ландшафта: является культурно-природным территориальным комплексом, комплексным объектом природного и культурного наследия, культурно-природным образованием, сотворчеством природы и человека, антропогенным ландшафтом, приспособленный к природным условиям, а также частью культурного пространства; отражает эволюцию человеческого общества с учетом влияния природной среды и процессов различного характера,

особенно, культурных, экономических и социальных; обладает пространственно-временными характеристиками; состоит из комплекса взаимосвязанных подсистем; культурный ландшафт как объект наследия должен обладать универсальной ценностью, подлинностью и целостностью; культурный ландшафт имеет свою структуру с горизонтальной и вертикальной ориентацией, включающую культурный слой (современная культура и культурное наследие) и природный слой (измененная и естественная природа). Особую роль в данном ключе играет то, что культурный ландшафт, с одной стороны, включает в себя культурно-природные элементы и объекты наследия, и, в то же время, сам выступает в качестве объекта культурного наследия.

Опираясь на изученные подходы, определим культурным ландшафт с позиции современной культурологии в качестве сложной культурно-природной системы, формирующейся и развивающейся благодаря непрерывному взаимодействию природы и человека, базирующейся на ценностях (материальных и духовных), большой степени информативности (культурологической, экологической, исторической)¹. Именно подобное понимание культурного ландшафта играет главную роль для его исследования и последующего сохранения, а также решения большинства проблем окружающей среды.

Для того, чтобы данная концепция была эффективной, следует отметить необходимость постоянного участия государства в сохранении и трансляции культурного наследия, включая культурные ландшафты, которые являются важным объектом культурного наследия.

¹ Белкина С. В. Основные подходы к изучению культурных и природно-культурных ландшафтов // Культура и цивилизация. 2020. № 2 А. С. 89–98. – DOI: 10.34670/AR.2020.18.60.010 (дата обращения: 28.06.2020).

1.2 Роль государства в сохранении и трансляции культурного наследия: отечественный и зарубежный опыт

Особое внимание в настоящее время в мире и Российской Федерации уделяется развитию культуры, которому способствует сохранение культурного наследия, формирующего индивидуальность человека и его повседневную жизнь, окружающего его на любой территории (в городах, селах и т. д.), когда он погружается в природные ландшафты или знакомится с архитектурными памятниками. Наследие имеет универсальную ценность для каждого отдельного человека, для общества, для мира. Важной задачей в области культурного наследия является его сохранение и передача будущим поколениям. Механизмы сохранения культурного наследия, по мнению Л. В. Баевой, зависят во многом от определённого типа общества. В общем виде автор выделяет следующие механизмы: бессознательный-осознанный; ритуально-сакральный; нормативно-правовой, морально-аксиологический; воспитательно-обучающий; научно-преемственный, художественно-творческий, информационно-кодовый и др.¹.

С необходимостью отметим, что в европейской истории одним из первых документов, связанных с сохранением культурного наследия, является эдикт римского императора Майориана «Об общественных зданиях» (11 июля 458 г.)². В России сохранение культурного наследия на уровне государства началось в период правления Петра I. В ноябре 1917 г. Петроградский совет рабочих и крестьянских депутатов принял «Воззвание о необходимости сохранения культурного наследия», а в апреле 1918 г. был издан Декрет Совета народных комиссаров РСФСР «О памятниках

¹ Баева Л. В. Модель культурного наследия: понятие, динамика, функционирование // Каспийский регион: экономика, политика, культура. 2011. № 3 (28). С. 234.

² Музычук В. Ю. Сохранение культурного наследия в контексте социально-экономического развития России // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2017. № 2. С. 8.

Республики»¹. В Европе еще в начале XX века стали актуальными проблемы сохранения природного и культурного наследия. А до этого времени охране подлежали только отдельные памятники истории и культуры². В 1939 г. в Италии был принят закон «Об охране предметов, представляющих художественный и творческий интерес», во Франции – закон «Об исторических памятниках» (31 декабря 1913 г.)³. В конце 19 века в Германии уже начинают уделять внимание охране культурных ландшафтов. В то время в США была распространена концепция охраны природы, которая касалась, прежде всего, создания резерваций и заповедников⁴. Современные исследователи выделяют несколько важных этапов, которые касаются охраны культурного и природного наследия: первый этап был основан на том, что природа является фундаментом наследия, проводится охрана отдельных памятников культурного и природного наследия, а также отдельных элементов ландшафтов (1972 – 1992 гг.); второй этап характеризовался тем, что природа и культура тесно взаимосвязаны между собой, особую роль приобретает понятие культурного ландшафта и его значение в охране окружающей среды (1992–1996 гг.)⁵. Р. Чепайтене рассматривает необходимость интегральной охраны природного и культурного наследия, которая была отражена в Яматской декларации по поводу интегральной охраны материального и нематериального наследия (принята в 2004 г. на международной конференции, которая была организована ЮНЕСКО в Японии). В декларации отмечена потребность в

¹ Там же. С. 9.

² Шульгин П. М. Историко-культурное наследие как особый ресурс региона и фактор его социально-экономического развития // Мир России. 2004. № 2. С. 115–133.

³ Миронова Т. Н. Сохранение культурного и природного наследия как главная черта культурной политики стран Европейского региона: Италия // Знание. Понимание. Умение. 2009. № 2. С. 41.

⁴ Чепайтене Р. Культурное наследие в глобальном мире. Вильнюс: ЕГУ, 2010. С. 161.

⁵ Там же. С. 168–169.

охране природного, культурного, материального и нематериального наследия¹.

Современная деятельность нашего государства основана на разработке и принятии законодательных актов, среди которых наиболее значимыми в международной и отечественной практике являются: закон Российской Федерации «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (2002), Конвенция «Об охране всемирного культурного и природного наследия» (1972); Конвенция «Об охране нематериального культурного наследия» (2003), Рекомендации «О сохранении красоты и характера пейзажей и местностей» (1962); Рекомендации «О сохранении и современной роли исторических ансамблей» (1976); Рекомендация «О сохранении фольклора» (1989) и др. Важную роль играет международное законодательство в сфере охраны культурного наследия, поскольку определяет международные этические и правовые принципы для государств, способствующие их сотрудничеству в сфере охраны природного и культурного наследия².

Для исполнения Конвенции об охране всемирного культурного и природного наследия ЮНЕСКО, принятой 16 ноября 1972 года на 17-й сессии Генеральной конференции ЮНЕСКО и вступившей в силу в 1975 году, был создан Фонд и Комитет всемирного наследия³. В данной конвенции используется комплексный подход к охране культурного наследия, отражающий взаимосвязь природного и культурного наследия. Первые 12 объектов были внесены в Список всемирного наследия в 1978 году, а в 1992 году создали Центр всемирного наследия ЮНЕСКО.

¹ Там же. С. 158–159.

² Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В. Охрана культурного наследия: международный и российский опыт // Вестник СПбГУКИ. 2014. № 4 (21). С. 8.

³ Конвенция об охране Всемирного культурного и природного наследия (Париж, 16 ноября 1972 г.) // Организация объединенных наций [Сайт]. – URL: <http://whc.unesco.org/archive/convention-ru.pdf> (дата обращения: 01.04.2020).

Конвенция об охране всемирного культурного и природного наследия была утверждена СССР в 1988 году¹.

Общественная организация «Всероссийское общество охраны памятников истории и культуры» (ВООПИК) была создана в 1965 г., а в 1978 г. был принят закон РСФСР № 51 «Об охране и использовании памятников истории и культуры» с внесением последующих изменений в 1985 г. При поддержке ЮНЕСКО в 1994 г. была принята Глобальная стратегия по формированию сбалансированного и репрезентативного Списка всемирного наследия². В 2002 г. в России приняли закон «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», Положение о Едином государственном реестре и др.

Примечательным является тот факт, что за охрану природного и культурного наследия в разных странах отвечают отдельные органы государственного управления: природного наследия – Министерство окружающей среды, а культурного наследия – Министерство культуры (например, в Литве, России, Италии). В качестве исключения выступает Норвегия, где за все, кроме нематериального наследия и музеев, которые находятся в ведении Министерства культуры и религий, отвечает Министерство окружающей среды³. Окружающая среда в Норвегии включает природную и культурную среду. Министерство окружающей среды в Норвегии занимается не только защитой природной среды, но и культурным наследием. Институт Наследия при проведении исследований по культурным ландшафтам, активно сотрудничал с Департаментом культурного наследия

¹ Октябьская И. В. Концепция культурного наследия: мировой и российский опыт формирования // Вестник НГУ. 2013. № 3. С. 22–23.

² Там же.

³ Чепайтене Р. Культурное наследие в глобальном мире. Вильнюс: ЕГУ, 2010. С. 164.

Норвегии (1995 г.). Приоритетным направлением российско-норвежского сотрудничества было управление культурным ландшафтом¹.

К органам государственного управления в сфере культурного и природного наследия в Российской Федерации относятся Министерство культуры РФ², в состав которого входят департаменты (государственной охраны культурного наследия, музеев, государственной поддержки искусства и народного творчества) и Министерство природных ресурсов и экологии³, которое занимается особо охраняемыми природными территориями и объектами федерального значения.

В Италии проблемами культурного наследия занимается Министерство наследия и культурной деятельности Италии, в котором в 2006 г. произошли изменения, касающиеся взаимодействия двух таких важных сфер как туризм и наследие: министр наследия Ф. Рутелли был назначен ответственным и за Департамент туризма, который в последующем переместили из Министерства экономического развития. К субъектам государственной культурной политики в Италии относятся: Министерство общественных работ (занимается реставрационными работами), Министерство по бюджету и планированию (был создан специальный фонд инвестиций и занятости для сохранения культурных ценностей), Министерство гражданской защиты (финансирует расходы, связанные с восстановлением объектов культурного наследия из-за стихийных бедствий)⁴. В целом, культурной политикой

¹ В фокусе наследия: сборник статей, посвященных 80-летию Ю. А. Веденина и 25-летию создания Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва / сост., отв. ред. М. Е. Кулешова. Москва: Институт географии РАН, 2017. С. 167–168.

² Департамент государственной охраны культурного наследия // Министерство культуры Российской Федерации [Сайт]. – URL: <https://www.mkrf.ru/> (дата обращения: 07.04.2020).

³ Деятельность Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации // Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации [Сайт]. – URL: <http://www.mnr.gov.ru/> (дата обращения: 09.04.2020).

⁴ Миронова Т. Н. Сохранение культурного и природного наследия как главная черта культурной политики стран Европейского региона: Италия // Знание. Понимание. Умение. 2009. № 2. С. 42–45.

Италии занимается государство, регионы, провинции и муниципалитеты. Недостатком культурной политики Италии является отсутствие единой стратегии, поскольку основные функции выполняются на местах муниципальными, региональными департаментами культуры, а также департаментами культуры провинций, в результате чего часто между ними возникают конфликтные ситуации и диспропорции в развитии регионов¹. Культурная политика данной страны характеризуется многосубъектностью и ее приоритетным направлением является охрана наследия. Для финансирования наследия выделяются не только государственные средства, но привлекаются частные инвестиции (владельцами 60% национального наследия являются частные лица, при этом частные ассигнования приблизительно в три раза превышают государственные), а также создаются смешанные частно-государственные фонды. В России также необходимо привлекать для сохранения природного и культурного наследия общественные и частные структуры².

В большинстве стран есть учреждения, которые занимаются культурным наследием. Так, в Испании – это Совет по историческому наследию в Испании, в котором сформирован генеральный департамент по охране наследия³. Данный совет принял закон «Об испанском историческом наследи (№16 от 25.06.1985 г., последнее обновление – 02.03.2019 г.), в котором отражена политика государства по охране наследия с учетом фискальных и налоговых мер. Министерство культуры и спорта Испании запустило веб-сайт под названием «Мы – наследие» для содействия распространению 47 испанских объектов, включенных в список Всемирного

¹ Там же.

² Там же.

³ Совет по историческому наследию в Испании // Министерство культуры и спорта [Сайт]. – URL: <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/informacion-general/gestion-en-el-ministerio/consejo-del-patrimonio-historico.html> (дата обращения: 20.04.2020).

наследия ЮНЕСКО¹. Данный сайт раскрывает разнообразие и богатство испанского наследия, ведь именно Испания находится на третьем месте по перечню объектов Всемирного наследия, уступая место лишь Италии и Китаю.

Во Франции основным законодательным актом государства в сфере охраны наследия является Кодекс наследия, который включает в себя различные законы и нормативно-правовые акты, которые были приняты в течение 20 века². В данном кодексе представлены особенности охраны наследия, которое находится в собственности частных лиц. При этом для частных собственников предусмотрены налоговые льготы (например, все желающие могут посещать частные объекты наследия с периодом доступа не менее 40 дней в году)³.

В Великобритании до сих пор функционирует общественная благотворительная организация «National Trust» («Национальная опека»), основанная 1894 г., которая была создана для сохранения и популяризации национального культурного и природного наследия⁴. Организация основана на индивидуальном и корпоративном членстве, при этом в Тресте есть государственное имущество. Полноправными членами организации могут быть только британцы и лица, которые проживают на территории Великобритании. Деятельность треста осуществляется в соответствии с действующим законодательством. Имущество и объекты подведомственных организаций продаются только с разрешения Парламента. Трест занимается реставрацией, сохранением и популяризацией объектов наследия (проведение экскурсий, торжественных мероприятий)⁵.

¹ Там же.

² Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В. Охрана культурного наследия: международный и российский опыт // Вестник СПбГУКИ. 2014. № 4 (21). С. 9–10.

³ Там же.

⁴ Там же. С. 10–11.

⁵ Там же. С. 10–11.

«Культура – согласно проекту «Декларация прав культуры» Д. С. Лихачёва – обладает правом на поддержку со стороны государства», суть которой заключается в сохранении культурного наследия проживающих на его территории народов¹. В Декларации (статьи 12–15) определен круг обязанностей государства с точки зрения 4 позиций: как гаранта сохранения и развития культурного наследия, субъекта права и власти, а также субъекта международного права².

В Институте Наследия разрабатывалось новое направление, связанное с созданием концепции «уникальных историко-культурных территорий». Данная концепция была основана на применении комплексного территориального подхода относительно сохранения наследия. Принципы, положенные в основу данного подхода, впервые были отражены в постановлении Правительства РФ №266 от 22 апреля 1992 г. «О мерах государственной поддержки культуры и искусства в период экономических реформ»³. Для создания системы историко-культурных территорий разрабатывались комплексные региональные программы с использованием культурно-ландшафтного районирования территории, направленного на выявление исторической, культурной и природной ценности территории. Особое внимание в данном подходе уделяется не только выявлению объектов культурного наследия, но и разработке соответствующих мер по его сохранению и использованию, что даёт возможности для актуализации культурного наследия в современных условиях, рассмотрения его в качестве особого фактора региональной экономической политики, а также основы для будущего развития территорий⁴. Наиболее эффективной формой защиты в

¹ Лихачёв Д. С. Декларация прав культуры (проект). Санкт-Петербург: СПбГУП, 2000. – URL: <http://www.lihachev.ru/lihachev/deklaratsiya/123/> (дата обращения: 10.04.2020).

² Там же.

³ В фокусе наследия: сборник статей, посвященных 80-летию Ю. А. Веденина и 25-летию создания Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва / сост., отв. ред. М. Е. Кулешова. Москва: Институт географии РАН, 2017. С. 96–113.

⁴ Там же. С. 96–99.

мире считается охраняемая территория, которая включает весть комплекс ландшафта¹. В связи с чем подобные территории, как правило, относят к категории культурных ландшафтов.

Исследователями Института Наследия были выделены принципы, которыми необходимо руководствоваться при разработке стратегии сохранения и использования наследия:

- широкое представление о наследии (включает памятники истории как движимые, так и недвижимые, традиционную культуру, этнокультурную и природную среду);
- наследие представляет собой систему, в которой взаимосвязаны все элементы и отдельные объекты нельзя сохранить без их связи и без учета условий окружающей среды;
- использование территориального подхода к сохранению наследия (объектом охраны и использования наследия является определенная территория);
- деятельность по охране и использованию наследия должна рассматриваться как органическая часть всей системы современных процессов (социокультурных и экономических)².

По мнению исследователей, политика в области сохранения культурного и природного наследия должна быть направлена на разработку и реализацию национальных и региональных комплексных программ по управлению культурным наследием в сочетании с природным, которые раскроют его потенциальные возможности использования в современной системе управления различными процессами (культурными, социально-экономическими и экологическими) с формированием особо охраняемых историко-культурных и природных территорий. В основе данных программ

¹ Кулешова М. Е. Культурные ландшафты в списке объектов Всемирного наследия // Известия РАН. 2007. № 3. С. 8–9.

² Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. Москва: Институт Наследия, 2004. С. 7.

должна лежать концепция культурного ландшафта как «комплексного и интегрального объекта культурного и природного наследия»¹. Важнейшей задачей государства является сохранение природного и культурного наследия, поскольку именно оно является «связующей нитью между прошлым, настоящим и будущим, носителем информации о событиях и явлениях в исторической жизни народов»².

Политика государства в сфере охраны, использования и популяризации объектов культурного наследия в России осуществляется на основании действующей законодательной базы: Конституция РФ, «Основы законодательства Российской Федерации о культуре» (от 09.10.1992 №3612-1), Федеральный Закон «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (от 25.06.2002 №73-ФЗ), статьи Земельного, Градостроительного, Уголовного, Гражданского кодексов, Кодекса РФ об административных правонарушениях, положения Федеральных целевых программ (например, программа «Культура России» (2012–2018 годы), отраслевые законы, «Основы государственной культурной политики» (утвержден Приказом Президента РФ от 24 декабря 2014 г. № 808), «Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года» (утверждена 29 февраля 2016 г.)»³.

Обратимся, прежде всего к федеральному закону РФ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации», в котором обозначены полномочия органов государственной власти и органов местного самоуправления в сфере использования,

¹ Там же. С. 8.

² Природное и культурное наследие: междисциплинарные исследования, сохранение и развитие. Коллективная монография по материалам VI Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, РГПУ им. А. И. Герцена, 25–26 октября 2017 года / Отв. ред. В. П. Соломин, Н. О. Верещагина, А. Н. Паранина. Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2017. С. 420.

³ Актуальные проблемы экономики культурного наследия / под ред. А. Я. Рубинштейна. Москва: Государственный институт искусствознания, 2016. С. 92–93.

сохранения, популяризации и охраны объектов культурного наследия¹. Осуществляется государственный надзор за сохранением, содержанием, состоянием, использованием, популяризацией и государственной охраной объектов культурного наследия². На основании закона осуществляется финансирование мероприятий, связанных с сохранением, популяризацией и государственной охраной объектов культурного наследия, а также предоставляются льготы физическим и юридическим лицам, которые вложили средства в работы с целью сохранения объектов культурного наследия или взяли в аренду объекты культурного наследия, находящиеся в неудовлетворительном состоянии. Источниками финансирования данных мероприятий являются федеральный бюджет, бюджеты субъектов Российской Федерации, внебюджетные поступления, местные бюджеты³. В России создан единый государственный реестр объектов культурного наследия, представленный в виде государственной информационной системы, включающей в себя банк данных⁴. Объекты, которые включены в данный реестр, подлежат государственной охране. Для обеспечения сохранности объектов культурного наследия в соответствии с законом создаются зоны охраны объектов культурного наследия:

1. Охранная зона объекта культурного наследия – это территория, на которой устанавливается специальный режим использования земли (земельных участков), который накладывает ограничения на хозяйственную деятельность и запрещает строительство, исключая меры, необходимые для сохранения среды объектов культурного наследия.

2. Зона, регулирующая застройку и хозяйственную деятельность.

¹ Федеральный закон от 25 июня 2002 г. № 73–ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (ред. от 24.04.2020) // Справочно–правовая система «КонсультантПлюс» [Сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37318/ (дата обращения: 29.04.2020).

² Там же.

³ Там же.

⁴ Там же.

3. Зона охраняемого природного ландшафта представляет собой территорию, которая создается с целью сохранения природного ландшафта, который связан с объектами культурного наследия¹.

В законе отмечено, что сохранение объекта культурного наследия включает обеспечение его физической сохранности и сбережение ценности².

Закон России «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации», который был принят в 2003 году, определяет вопросы местного значения, относящиеся к сохранению, использованию и популяризации следующих объектов культурного наследия: объектов, которые находятся в собственности поселения; объекты культурного наследия местного (муниципального) значения, расположенные на территории местного поселения³.

В современном мире, постоянно изменяющемся под воздействием процессов глобализации и цифровизации, в условиях постиндустриальной экономики особую значимость приобретают проблемы, связанные с сохранением, трансляцией и репрезентацией культурного наследия. Отечественное общество подвергается постоянным изменениям, на которые оказывают влияние процессы массовизации и типизации. Это обуславливает появление интереса к прошлому, традициям, что связано с культурной интеграцией и является одним из основных механизмов актуализации культурного наследия. Проблема сохранения культурного наследия в эпоху глобализации, как никогда, актуализируется как на теоретическом, так и на практическом уровнях. Так, в настоящее время создаются новые объекты культурного наследия, но, при этом старые находятся под угрозой исчезновения или трансформации, утрачивая свою былую уникальность. Но,

¹ Там же.

² Там же.

³ Федеральный закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (ред. 24.04.2020) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/ (дата обращения: 10.04.2020).

несмотря на данное обстоятельство, «душой любого места остается культурный центр, который, так или иначе, выступает хранилищем традиции, связи предков и потомков в истории»¹. По мнению О. В. Галковой, традиция в сохранении культурного наследия реализует две функции: трансляционная, в которой формируется связь времен и преемственность поколений, а также кумулятивная, обусловленная накоплением жизненно необходимого опыта². При проведении оценки теоретических аспектов, связанных с охраной и трансляцией культурного наследия, главные несоответствия выявляются в процессе обозначения роли и места государства в данном процессе. Безусловно, государство в настоящее время является главным субъектом, обеспечивающим сохранность и представление объектов культурного наследия как региона, так и страны в целом³. Вместе с тем, все чаще при осуществлении оценки современной государственной политики отмечается необходимость развития взаимодействия между ведомствами по вопросам регламентации любой социально-культурной деятельности⁴. В связи с этим, возникает необходимость не только в оценке роли государства в осуществлении культурной политики, но и экономической модели, используемой в определенном обществе. Обращаясь к социально-культурной практике, отметим, что культурное наследие находится между экономикой, на основании которой культуру считают

¹ Баева Л. В. Модель культурного наследия: понятие, динамика, функционирование // Каспийский регион: экономика, политика, культура. 2011. №3 (28). С. 229.

² Галкова О. В. Российские традиции охраны культурного наследия: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора исторических наук. Волгоград, 2012. С. 22.

³ Указ Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 г. № 808 «Основы государственной культурной политики» // Официальный интернет-портал правовой информации [Сайт]. – URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&firstDoc=1&lastDoc=1&nd=102364581> (дата обращения: 18.01.2021).

⁴ Астафьева О. Н., Коротева О. В., Шибеева Е. А. Образование и культура в социокультурном развитии регионов России // Обсерватория культуры. 2017. Т. 14. № 6. С. 677–685.

дотационной сферой и политикой, в рамках которой культура связана с имиджем государства, устойчивым развитием и ресурсами.

На сегодняшнее время культурное наследие является междисциплинарным предметом культурологии, а также объектом социального, экономического и политического интереса. Объединяя под собой культурно значимые, уникальные для определенных стран и регионов, объекты, культурное наследие с одной стороны, является частью национального богатства государства, и в этом случае задачами, связанными с обеспечением его сохранности, занимается только государство, а с другой – представляет собой неповторимый ресурсный потенциал социально-экономического развития. В данном аспекте наследие превращается в предмет интереса экономики и сопутствующих сфер, например – туризма. Обратимся к положению Парижской декларации «О наследии как движущей силе развития» (2011 г.), в соответствии с которой культурное наследие выступает в роли главного ресурса современного общественного развития и в контексте устойчивого развития становится «фактором социальной сплоченности, благосостояния, творческого потенциала и экономической привлекательности, а также способствует росту понимания между сообществами»¹.

Таким образом, в современной государственной культурной политике Российской Федерации возникла потребность в переходе к новому формату, связанному с осуществлением охраны и трансляции культурного наследия, основанному на межведомственном взаимодействии между субъектами как социально-экономического, так и социально-культурного характера. Так, по мнению О. Н. Астафьевой, «отсутствие систематической совместной работы ... и оптимальных схем взаимодействия между сферами культуры, ...

¹ Парижская декларация о наследии как движущей силе развития (17ая Генеральная Ассамблея ИКОМОС, Париж, 2011 г.) // ИКОМОС Санкт-Петербург [Сайт]. – URL: http://icomos-spb.ru/component/joomdoc/2011a_%20.pdf/download (дата обращения: 17.03.2021).

туризма осложняет решение задач»¹, представленных в главных нормативно-правовых документах РФ в сфере культуры. Главные вопросы современной культурной политики связаны, в основном, с устойчивым развитием государства и повышением уровня конкурентоспособности территорий средствами культуры². Существующая межведомственная разобщенность, связанная с действующей моделью культурной политики, значительно замедляет социальное и экономическое развитие нашего общества. Так, В. С. Лузан упоминает о серьёзных рисках и проблемах действующей модели культурной политики в российской реальности, обусловленных сложностью «межведомственного взаимодействия по вопросам реализации государственной культурной политики в связи с отсутствием единого координирующего центра со смежными отраслями»³.

Рассмотрим подробнее особенности понимания культурного наследия как универсальной сферы межведомственного взаимодействия государства, бизнеса и НКО в контексте устойчивого развития общества.

Культурная политика, которая, по мнению О. Н. Астафьевой, Г. А. Аванесовой, является «одним из институционально-управленческих ответвлений деятельности современного государства»⁴, нацелена на реализацию механизмов сохранения и трансляции культурного наследия. Главная роль культурной политики заключается в целенаправленном регулировании основных составляющих сферы культуры, к которым относятся также охрана и трансляция культурного наследия. Приоритетные

¹ Астафьева О. Н., Коротеева О. В., Шибяева Е. А. Образование и культура в социокультурном развитии регионов России // Обсерватория культуры. 2017. Т. 14. № 6. С. 681.

² Востряков Л. Е., Тургаев А. С. Новая модель государственной культурной политики России // Вестник СПбГИК. 2018. № 3 (36). С. 11.

³ Лузан В. С. Культурная политика Российской Федерации в период с 1991 по 2017 годы: культурологический анализ: диссертация на соискание ученой степени доктора культурологии. Красноярск, 2017. С. 90.

⁴ Астафьева О. Н., Аванесова Г. А. Развитие национальной культуры и культурная политика в Российской империи и СССР: сравнительный анализ // Ярославский педагогический вестник. 2015. № 4. С. 207.

направления культурной политики определены в Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года¹, среди которых особо отметим следующие: осуществление проектов государственно-частного партнерства, связанных с охраной культурного наследия и способствующих развитию культурного туризма, сохранению и благоустройству историко-культурных территорий; создание и актуализация специальных зон с целью обеспечения сохранности культурного наследия; разработка целевых программ на уровне региона, связанных с охраной объектов культурного наследия; распространение культурного наследия России². В мировой практике выделяют четыре популярных направления культурной деятельности, основанной на государственно-частном партнёрстве: культурное наследие (реконструкция, эксплуатация, управление объектами культурно-исторической недвижимости с учетом программ развития культурного туризма и культурных кластеров), музейная и библиотечная деятельность, исполнительские искусства³.

В рамках устойчивого развития государства с помощью культуры особую роль приобретает, в частности, экономический потенциал сохранения и трансляции культурного наследия.

Сегодня выделяют четыре базовые концепции в экономике культуры, в которых подтверждается необходимость её поддержки на государственном уровне: «болезнь цен» Баумоля, теория мериторных благ (Р. Масгрейв), теория опекаемых благ (А. Я. Рубинштейн) и концепция провалов рынка⁴.

¹ Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 февраля 2016 г. № 326-р об утверждении «Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года» // Правительство Российской Федерации [Сайт]. – URL: <http://static.government.ru/media/files/AsA9RAyYVAJnoBuKgH0qEJA9IxP7f2xm.pdf> (дата обращения: 10.04.2020).

² Там же.

³ Музычук В. Ю. Государственная поддержка культуры: ресурсы, механизмы, институты. Москва; Санкт-Петербург: Нестор-История, 2013. С. 218–219.

⁴ Музычук В. Ю. Сохранение культурного наследия в контексте социально-экономического развития России // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2017. № 2. С. 12–15.

Наиболее значимой признается концепция провалов рынка, в которой В. Ю. Муzychук выделяет три стандартные ситуации относительно общественных благ, внешних эффектов (экстерналий) и информационной асимметрии.

Вышеупомянутые концепции применимы и необходимы для *поддержки культурного наследия* (Рис. 2) в рамках индивидуального направления в экономике культуры – экономике культурного наследия¹.

В частности, описывая «теорию опекаемых благ», А. Я. Рубинштейн утверждает, что культурное наследие относится к категории культурных благ и социально полезных продуктов и расходы государства по отношению к ним определяются не индивидуальным спросом, а их «социальной полезностью»². Существуют проблемы финансирования в сохранении культурного наследия, которые связаны с высокими затратами при проведении реставрационных и ремонтных работ (дороговизна материалов, а также высокие требования к квалификации работников данной сферы, что способствует повышению уровня их профессионализма и тем самым совершенствует человеческий потенциал)³. Основываясь на мнении А. Я. Рубинштейна, «культурное наследие демонстрирует хорошую отдачу на вложенный в его сохранение капитал и является существенным генератором налоговых доходов государства»⁴.

¹ Там же. С. 10.

² Рубинштейн А.Я. К теории рынков опекаемых благ // Вестник РУДН. Серия Экономика. 2011. № 5. С. 304.

³ Актуальные проблемы экономики культурного наследия / под ред. А.Я. Рубинштейна. М.: Государственный институт искусствознания, 2016. С. 22.

⁴ Актуальные проблемы экономики культурного наследия / под ред. А.Я. Рубинштейна. Москва: Государственный институт искусствознания, 2016. С. 24.



Рис. 2. Концепции, обосновывающие государственную поддержку культуры

Культурное наследие, являясь важным элементом культурного ландшафта региона, содействует формированию его привлекательности, повышению качества культурной среды, созданию туристского бренда, формированию творческих кварталов и кластеров, развитию культурного туризма, индустрии гостеприимства и сопутствующей инфраструктуры, а также привлечению инвестиций¹. Отметим также, что сегодня развитие индустрии туризма в России тесно взаимосвязано с политикой государства в области сохранения природного и культурного наследия. Это обусловлено

¹ Музычук В. Ю. Общественная поддержка культурной деятельности в рыночной экономике: вопросы теории и практики: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. Москва, 2013. С. 18–20.

тем, что наследие выступает в роли важного экономического ресурса, необходимого для успешной реализации стратегии развития¹. Так, по мнению О. И. Бычковой, Н. А. Костиной, «...включение объектов наследия в хозяйственный оборот становится важным фактором устойчивого социально-экономического развития территорий»².

В качестве необходимого условия для реализации охраны, распространения и управления объектами культурного наследия выступает система государственно-общественного взаимодействия в данной области (отметим, что численность волонтерских и общественных организаций непрерывно растет)³. Сегодня государство стимулирует общественную поддержку деятельности в сфере культуры, которую В. Ю. Музычук изображает в виде «пирамиды», в качестве основных сегментов которой выделены государство, население, благотворительная деятельность третьего сектора и бизнес⁴. У её основания находится государство как главный субъект культурной политики. В мировой практике охраны культурного наследия отмечаются позитивные тенденции, связанные с качественным взаимодействием государства, частного бизнеса и гражданских инициатив. Например, в странах Западной Европы и Америки для участия населения и общественных организаций в мероприятиях по охране наследия созданы специальные государственные программы, в рамках которых предусмотрены разнообразные дотации, налоговые льготы, гранты⁵. В последние годы применяется так называемая *многоканальная система* по содержанию

¹ Путрик Ю. С. Туризм как фактор сохранения наследия: исторический опыт и традиции // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 311. С. 99.

² Бычкова О. И., Костина Н. А. Культурное и природное наследие как ресурс устойчивого развития территорий (по материалам краеведческих исследований) // Наследие веков. 2017. № 3 (11). С. 25.

³ Актуальные проблемы экономики культурного наследия / Под. ред. А. Я. Рубинштейна. Москва: Государственный институт искусствознания, 2016. С. 86.

⁴ Музычук В. Ю. Общественная поддержка культурной деятельности в рыночной экономике: вопросы теории и практики: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. Москва, 2013. С. 12.

⁵ Глазунов В. В. Из зарубежного опыта охраны культурного наследия исторических городов // Известия ВГПУ. 2015. № 1 (96). С. 175.

объектов культурного наследия, в рамках которой осуществляется объединение различных ресурсов (государства, регионов, городского самоуправления, корпоративного и частного секторов, НКО (общественных организаций) и потребителей)¹.

На наш взгляд основная задача культурной политики в области наследия состоит в *обеспечении аттрактивности объектов*, необходимой для привлечения частных инвесторов². Причем, в странах Европы полагают, что культурный туризм, в основе которого находится природное и культурное наследие, создает возможности для возмещения недостачи расходуемых на культуру бюджетных средств³.

К общественным ресурсам, необходимым для поддержки памятников истории и культуры А. Я. Рубинштейн относит: благотворительные пожертвования в разных формах, процентная филантропия, плата за услуги, туризм, волонтерская деятельность, общества других организаций, краудфандинг, средства по завещанию⁴. Особое значение среди общественных ресурсов приобретает туризм. Это связано с тем, что с каждым годом растет число городов и культурных объектов, получающих экономическую выгоду от туризма и направляющих её на обеспечение сохранности объектов культурного наследия⁵.

Очевидно, что возникшая необходимость, связанная с развитием межведомственного взаимодействия, являющегося важным условием реализации современной государственной культурной политики, определяется особенностями самого культурного наследия как сложной системы, охватить которую не представляется возможным в рамках лишь какого-то одного социального института.

¹ Актуальные проблемы экономики культурного наследия / Под. ред. А. Я. Рубинштейна. Москва: Государственный институт искусствознания, 2016. С. 32–33.

² Там же. С. 32–33.

³ Там же. С. 35.

⁴ Там же. С. 37.

⁵ Путрик Ю. С. Туризм как фактор сохранения наследия: исторический опыт и традиции // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 311. С. 98.

В связи с этим особую актуальность приобретает комплексный подход к качественному использованию культурного наследия, основанный на распределении функций между главными «участниками сохранения и развития такого наследия: органами власти всех уровней, общественными и некоммерческими организациями, фондами, бизнесом, местными сообществами и частными лицами»¹, то есть, обращение к практике государственно-общественно-частного партнерства. Сегодня данная практика успешно применяется в ряде регионов Российской Федерации. Так, например, программа «Сохранение деревянного зодчества г. Томска»², предложенная Н. А. Лисовской, начиная с 2011 года поменяла направление развития города, благодаря привлечению кроме государственных инвестиций, бизнеса, но также местного населения в качестве соинвесторов, что, в свою очередь, позволило получить не только социально-экономический, но и социокультурный эффект. Среди успешных примеров межведомственного взаимодействия на основании государственно-общественно-частного партнерства отметим такие проекты, как Усадьба Аигиных в деревне Талица Московской области, Усадьба «Скорняково» в Задонском районе Липецкой области, «Музей-усадьба «Полотняный завод» (Гончаровых) XVIII в.» в посёлке Полотняный Завод Дзержинского района Калужской области и др.³. Предлагаемые механизмы государственно-частного партнерства дают возможности не только для сохранения уникального исторического облика объектов культурного наследия, но и их

¹ Королева Г. А., Титов А. В. Вовлечение в хозяйственный оборот объектов культурного наследия: опыт и проблемы // Вестник РГГУ. Серия: «Экономика. Управление. Право». 2019. № 1. С. 99.

² Лисовская Н. А. Капитализация культурного наследия и его место в современной системе управления городскими ценностями // Управление развитием территории. 2013. № 1. – URL: <http://www.gisa.ru/96563.html> (дата обращения: 17.03.2021).

³ Нагорная М. С., Шевцова В. В. Практика государственно-частного партнёрства в сфере сохранения культурного наследия России // Управление в современных системах. 2018. № 1(17). С. 35–38.

использования в качестве эффективного социального, экономического и туристического ресурса развития территории.

На сегодняшнее время претворяются в жизнь различные государственные программы, применяется поддержка проектов в области культуры и искусства, среди основных тем которых особо отмечены: популяризация культурного наследия России, сохранение самобытных народных культурных традиций, развитие новых форм продвижения в сфере культуры и искусства, возрастание роли учреждений культуры¹. Так, реализуется национальный проект «Культура», принятый Указом Президента РФ № 204 от 7 мая 2018 г., включающий 3 федеральных проекта: «Культурная среда», «Творческие люди», «Цифровая культура». Целью проекта «Культурная среда», которая должна быть достигнута до 2024 года, является улучшение качества культурной среды для населения благодаря проведению ремонтных мероприятий (реконструкции) не менее 2500 объектов культуры, которые находятся в 85 субъектах РФ. Одним из целевых показателей проекта «Творческие люди» является увеличение количества школьников, участвующих в программах культурно-познавательного туризма, до 480 тыс. человек².

Одним из способов сглаживания противоречий, рассмотренных нами выше, является использование межведомственного подхода в ходе осуществления культурной политики в отношении культурного наследия, что становится возможным за счет эффективного взаимодействия местных органов власти, институтов и учреждений культуры и других, заинтересованных в подобных вопросах сторон. На региональном уровне осуществление данного взаимодействия и управления вернее всего

¹ Проект «Южный берег Крыма – территория Всемирного наследия» // Фонд президентских грантов [Сайт]. – URL: <https://xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn--p1ai/public/contest/directions/culture> (дата обращения: 11.04.2020).

² Национальный проект «Культура» // Стратегия 24 – общероссийская цифровая платформа [Сайт]. – URL: <https://strategy24.ru/rf/projects/project/view?slug=natsional-nyu-proyekt-kul-tura&category=culture> (дата обращения: 13.04.2020).

реализовать в рамках кластерного подхода, представленного О. Н. Астафьевой¹, поскольку кластеры имеют «особый принцип управленческой коммуникации, ориентирующий на сближение целей и задач всех участвующих в нем субъектов»² и являются продуктивной формой объединения учреждений и организаций в пространстве.

Таким образом, нынешнее понимание культурного наследия имеет свои отличительные особенности. Культурное наследие сегодня выступает полноправным ресурсом социально-экономического развития и рассматривается в качестве отдельной индустрии, в которой производятся продукты культуры, необходимые для удовлетворения потребностей определенной территории. Оценивая культурное наследие с позиций национальной политики, отметим, что оно играет важную роль в достижении устойчивого социально-экономического развития России.

Специфика культурного наследия проявляется в его гибкости в роли объекта социальных взаимодействий, которая позволяет ему выступать в качестве универсальной платформы, объединяющей разновекторные сегменты социального развития (государство, бизнес, НКО). Культурное наследие при реализации современной культурной политики создает «эмерджентный эффект», проявляющийся в усилении общего результата деятельности субъектов экономики, политики и гражданского общества, объединенных на основе культурного наследия³. Больше всего это проявляется при использовании кластерного подхода к культуре.

¹ Астафьева О. Н. Социокультурные кластеры как модель управления региональным развитием // Сборник статей научно-практической конференции «Государственное управление и развитие России: модели и проекты». Москва: Проспект, 2017. С. 185–193.

² Астафьева О. Н., Горенкин В. А., Швецова А. В. Социокультурная политика Российской Федерации: стратегии, уровни, инновации: монография. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2019. С. 95.

³ Микитинец О. И., Белкина С. В. Возможности культурного наследия на территории Республики Крым как универсальной сферы взаимодействия субъектов поступательного социально-экономического и социально-культурного развития на современном этапе // Культурная жизнь Юга России. 2021. № 1 (80). С. 129.

Сохранение и трансляция культурного наследия особо проявляются на региональном уровне и реализуются в контексте культурной политики. С целью качественной реализации культурной политики в области сохранения и трансляции культурного наследия в пределах устойчивого социально-экономического развития региона возникает необходимость в применении не только междисциплинарного подхода, частью которого являются культурологические, политические и экономические аспекты, но и межведомственного, основанного на активном участии государства, общества и бизнеса в рамках государственно-общественно-частного партнерства. Региональная культурная политика сегодня связана с применением кластерного подхода, результативно функционирующего на базе государственно-частного партнёрства, создающего все необходимые условия для инновационного развития и конкурентоспособности территории и способствующего не только формированию качественной культурной среды, но и развитию туризма. На сегодняшний день в перспективе мы видим возникшую необходимость в разработке модели репрезентации культурного наследия, в которой будут учтены все особенности эффективного взаимодействия между различными ведомствами.

Также важной ролью государства является сохранение и трансляция культурного наследия в современном мире. Причем, одним из главных трансляторов объектов культурного наследия является именно туризм.

Таким образом, при решении задач, поставленных в данной главе, можно сделать следующие выводы:

1. Анализ научных трудов исследователей разнообразных течений позволяет сформулировать определение культурного наследия с точки зрения междисциплинарного подхода, который базируется на объединении культурологического, экономического, правового, ценностного, информационно-временного, функционального и системного подходов к
-

пониманию наследия. В настоящее время культурное наследие необходимо рассматривать в качестве *сложной системы*, включающей материальные и нематериальные культурные объекты, тесно взаимосвязанные и взаимодействующие с природной средой, несущие в себе изменяющуюся во времени и пространстве информацию и обладающие ценностью (культурной, экономической), целостностью и подлинностью; в качестве источника исторической памяти, созданной предыдущими поколениями, представляющего общественное благо и культурный капитал; в качестве основы устойчивого развития, сохранения культурного и природного разнообразия.

2. Представленные подходы к исследованию культурных и культурно-природных ландшафтов базируются на взаимосвязи и взаимодействии природных и культурных компонентов. Учитывая это, культурный ландшафт с точки зрения современной культурологии – сложная культурно-природная система, которая формируется и развивается благодаря непрерывному взаимодействию природы и человека, основанная на ценностях (материальных и духовных), большой степени информативности (культурологической, экологической, исторической). Именно подобное понимание культурного ландшафта играет ключевую роль для его исследования и последующего сохранения, а также решения многих проблем окружающей среды.

3. Подчеркнем важную роль культурного наследия в достижении устойчивого социально-экономического развития России. Главной задачей государства является сохранение и трансляция культурного наследия. С целью эффективной реализации культурной политики в сфере сохранения и трансляции культурного наследия в рамках социально-экономического развития регионов возникает необходимость в активном участии государства, общества и бизнеса.

ГЛАВА 2

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЗАИМОСВЯЗИ ТУРИЗМА И КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

2.1 Модель репрезентации культурного наследия средствами туризма

Культурное наследие сегодня выступает не только важнейшей частью культурной среды, но и ресурсной составляющей современного общества, значимым фактором социально-экономического развития региона. Одним из главных объектов культурного наследия, дающих возможности для его комплексного изучения, сохранения и репрезентации, является культурный ландшафт, который представляет собой совокупность культурных и природных ценностей. В свою очередь культурный ландшафт и культурное наследие являются основой для формирования культурной среды определенного региона. Развитие культурной среды обусловлено спецификой объектов культурного наследия, находящихся на определенной территории.

Культурный ландшафт, обладая значительными репрезентативными возможностями, приобретает всё большее значение в индустрии туризма. В данном ключе объекты культурного наследия рассматриваются в качестве ресурсной основы для развития туризма, ориентированного на культурную среду, которая может включать в себя культурно-исторические достопримечательности, ценности и образ жизни населения, ремесла, искусство, традиции, обычаи местного населения и т.д. В туристский оборот включаются все больше объектов природного и культурного наследия, являющихся частью культурного ландшафта и среды. Поэтому культура, культурное наследие и культурный ландшафт являются важными и наиболее востребованными современными ресурсами развития индустрии туризма, способствующими повышению уровня привлекательности и

конкурентоспособности страны или региона, улучшению инфраструктуры, сохранению культурно-исторического наследия, реализации культурного и туристского потенциала и т.д. Следовательно, рассмотрение культуры как ресурсного потенциала дает новые возможности для развития туризма. Достаточно вспомнить работу Ч. Лэндри «Креативный город», в которой автор отмечает, что «туризм питается от культуры»¹. Данная книга связана с возрождением городов через культуру, в которой приведены примеры «креативных городов», среди которых Хей-он-Уай (город книг) и Хаддерсфилд (город новаторской культуры) в Великобритании, Хельсинки (творческий город) в Финляндии и др. Формирование новой культурной среды подобных городов способствует развитию туризма, созданию новых рабочих мест, повышению имиджа и др. В частности, уже сейчас при создании туристских маршрутов обязательно учитываются особенности культурного пространства региона. В связи с чем, следует отметить, что туристская индустрия тесно взаимосвязана с культурным наследием, поскольку оно служит ресурсной основой для удовлетворения потребностей путешественников, а туризм является наиболее эффективной формой его репрезентации.

Проблема репрезентации культуры является одной из ключевых как с позиций теоретической культурологии, так и практической, выводя культуру в область междисциплинарных исследований. В узком смысле репрезентация означает представление, а в широком – является необходимым инструментом осмысления, понимания реальности². В настоящее время особое внимание при изучении возможностей репрезентации культуры уделяется культурному наследию как, во-первых, хранителю культурной памяти народов и

¹ Лэндри Ч. Креативный город. Москва: Издательский дом «Классика-XXI», 2011. 399 с.

² Никитина А. В. Специфика философско-культурологической репрезентации культурного ландшафта: монография. Чебоксары: Чувашский государственный педагогический университет, 2014. С. 97.

государств¹, а во-вторых, «продукту культуры», активному участнику социально-экономических и политических процессов в современном мире.

Поскольку с одной стороны, культурный ландшафт включает в себя природные, культурные элементы и объекты наследия, и, в то же время, с другой стороны, он сам выступает объектом культурного наследия (см. **подраздел 1.2**), то для его эффективной репрезентации в качестве объекта культурного наследия необходимо *формирование модели, объединяющей все вышеуказанные компоненты*.

Представим разработанную нами *модель репрезентации культурного ландшафта* как объекта культурного наследия средствами туризма в виде следующей схемы (Рис. 3).

Остановимся подробнее на элементах предложенной модели:

1. В качестве субъектов репрезентации могут выступать:
 - представители туристской индустрии (информация о различных турах, предоставляемая менеджерами турфирм, участие в форумах и выставках и др.);
 - органы власти (формирование положительного имиджа на различных уровнях, создание бренда территории и др.);
 - местные жители (работа в представляемых объектах, знакомство с нематериальным культурным наследием местного населения и др.);
 - туристы, для которых разрабатывается туристский продукт с учетом различных факторов среды (рассказ знакомым о посещаемых объектах культурного наследия, публикация фото и интересной информации в социальных сетях и др.);
 - знаменитости, которые посещали данный объект культурного наследия и др.

¹ Лотман Ю. М. Семиосфера. Санкт-Петербург: «Искусство СПб», 2000. 704 с.

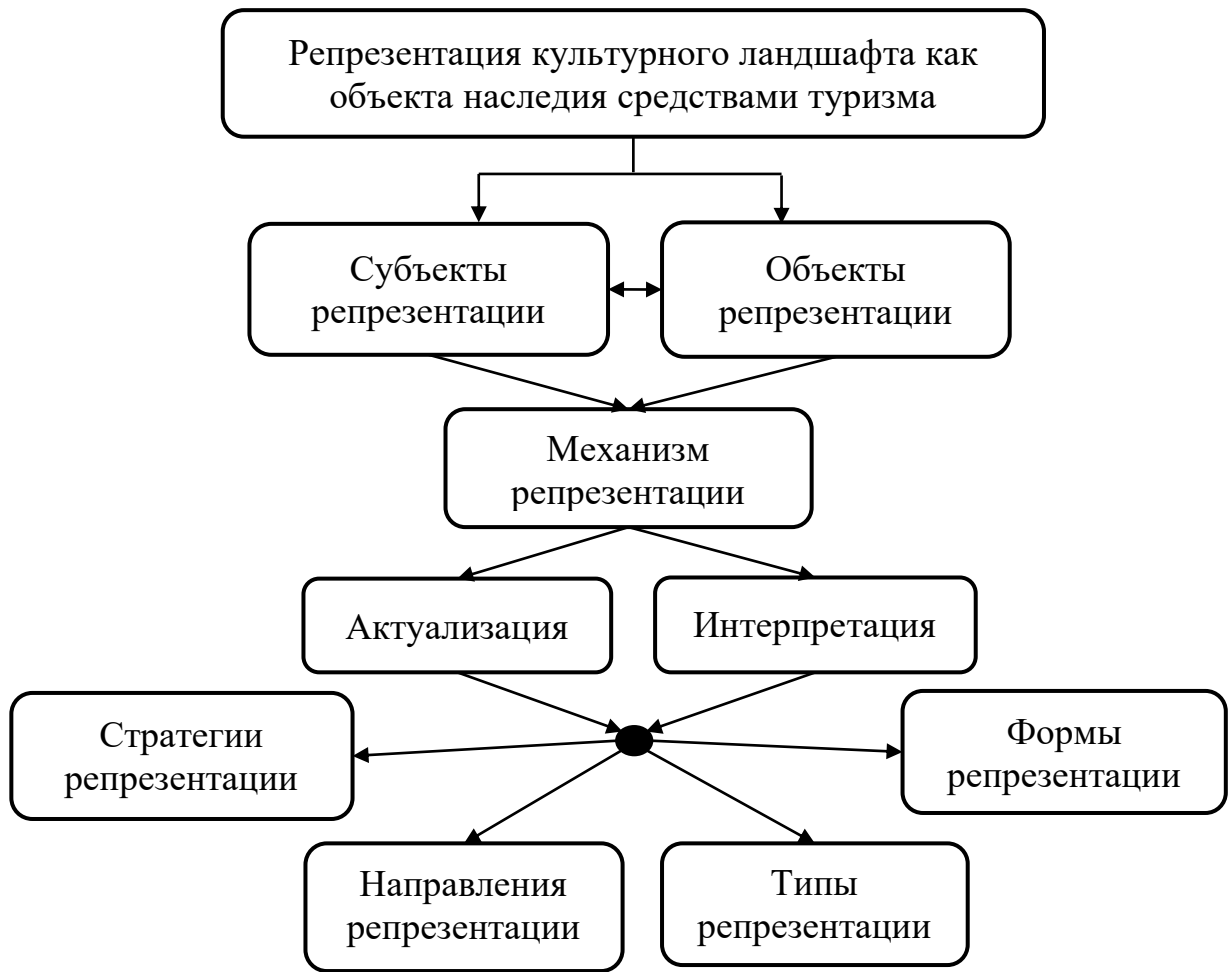


Рис. 3. Модель репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма

2. К объектам репрезентации относятся культурные ландшафты, включающие природное и культурное (материальное, нематериальное) наследие и являющиеся частью не только культурной среды, используемой в сфере туризма, но и туристской среды, представляющей часть пространства, обладающего аттрактивностью для туристов. Объекты репрезентации необходимы для формирования туризма наследия, культурного туризма или культурно-познавательного туризма.

3. Для организации эффективного взаимодействия между объектами и субъектами используется механизм репрезентации, включающий процессы актуализации и интерпретации. С целью продажи культурного продукта необходима интерпретация объектов репрезентации,

благодаря которой ресурсы культурных ландшафтов, культурного наследия превращаются в продукты, пользующиеся спросом у потребителей. Интерпретация объектов способствует их пониманию, дает возможности для их оценки и охраны. Актуализация связана с включением объектов материального и нематериального культурного наследия в культуру современного мира, а также в туристскую деятельность с целью обеспечения их сохранности. Данный процесс может осуществляться благодаря культурному туризму, деятельности учреждений культуры, реализации различных культурных проектов, проведению театрализованных мероприятий и т.д. Помимо этого, с позиции культурологии, особое значение приобретает ландшафтная интерпретация, связанная с семиотической интерпретацией ландшафта, представляющим наполненный смыслом текст, который включает различные типы и формы репрезентации.

4. Осуществление репрезентации невозможно без форм, которые выделены на основании познавательных возможностей человеческих органов чувств: зрительная (визуальная, изобразительная); тактильная; слуховая (звуковая, музыкальная); речевая: текстовая (письменная, устная), ономастическая; обонятельная; вкусовая. Рассмотрим указанные формы на примере Военно-патриотического парка культуры и отдыха вооруженных сил Российской Федерации «Патриот»¹, благодаря которому туристы могут познакомиться с великим военным прошлым страны: зрительная – посещение студии военных художников имени М. Б. Грекова или военно-исторического комплекса «Партизанская деревня», где воссозданы условия быта и службы партизан; тактильная – возможность увидеть исторические выставки, экспозиции вооружений и техники (например, «моторы войны» – коллекция уникальной автомобильной техники времен Второй мировой войны), памятник генералу армии В. Ф. Маргелову; слуховая – звуки техники

¹ Парк «Патриот» // Федеральное государственное автономное учреждение «Военно-патриотический парк культуры и отдыха Вооруженных Сил Российской Федерации «Патриот» [Сайт]. – URL: <https://patriot.ru/> (дата обращения: 18.12.2020).

во время реконструкции сражения «Битва за Москву», Международный военно-музыкальный фестиваль «Спасская башня» с выступлением военных оркестров (идея номера кадетов Московского военно-музыкального училища и ансамбля барабанщиц воспитанниц Минобороны России в 2020 году была посвящена подвигу медицинских работников разных времен); речевая – экскурсионные программы, предполагающие знакомство с историей уникальных боевых машин и образцов вооружения разных стран; обонятельная – запах пороха во время стрельбы из боевого оружия; вкусовая – посещение столовой «Вежливые люди», в которой можно отведать вкусную армейскую кашу, партизанский хлеб и др.

В туризме формами репрезентации объектов культурного наследия могут быть различные экскурсии (например, автобусно-пешеходная экскурсия «Мифы и легенды Петербурга»), рекламная продукция турфирм (например, реклама на веб-сайте), видеоролики, виртуальные музеи (например, посещение Мультимедийного музея, созданного на прихрамовой территории Главного храма Вооруженных Сил России к 75-летию Великой Победы в рамках уникального проекта Министерства обороны «Дорога памяти») и др.

5. Типы репрезентации: горизонтальная (путеводитель), вертикальная (посещение объекта культурного наследия) и комплексная (туристские карты городов)¹.

6. Направления репрезентации: экскурсионное (например, музейное – экскурсия в музей, внемузейное – экскурсия по городу), внеэкскурсионное (например, информационное – посещение виртуального музея).

7. Стратегии репрезентации: художественно-эстетическая, этнокультурная, концептуальная и специальная (стратегия определенной территории).

¹ Калуцков В. Н. Географические подходы к созданию историко-культурных образов // Культура и пространство. Москва: Институт этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая РАН, 2010. Т. 2. С. 58–82.

В современных исследованиях культурное наследие и ландшафт рассматриваются в контексте репрезентативных практик, связанных с их актуализацией, интерпретацией и трансляцией. Культурный ландшафт способствует наиболее полной репрезентации объектов культурного наследия, используемых для формирования местной идентичности и, так называемого, туризма наследия (культурного туризма или культурно-познавательного туризма). В туризме природное и культурное наследие, культурные и культурно-природные ландшафты становятся средством общения их посетителя с окружающим миром. При этом, не все культурные ландшафты можно применять в туристской деятельности или только в некоторых видах туризма (например, сельские ландшафты можно использовать для развития агротуризма, сакральные ландшафты – для религиозного или паломнического туризма)¹. Целью индустрии культурного наследия и туризма является привлечение посетителя для продажи культурного продукта, для чего необходима интерпретация наследия, с помощью которой, ресурсы наследия превращаются в продукты². Интерпретация помогает понять наследие, понимание, в свою очередь, дает возможность его оценить, а оценка способствует в дальнейшем сохранению культурного наследия. Помимо интерпретации, важным механизмом репрезентации является актуализация наследия, необходимая для его сохранения и включения в современный культурный контекст. Перспективные направления развития России (государство-цивилизация, сохраняющее свою самобытность и национальный суверенитет) во многом зависят от актуализации роли культурного наследия³.

¹ Дирин Д. А., Кусков А. С. Культурные ландшафты как элемент комплексной оценки туристско-рекреационного потенциала территории // Известия Алтайского государственного университета. 2011. № 3–1. С. 81.

² Чепайтене Р. Культурное наследие в глобальном мире. Вильнюс: ЕГУ, 2010. С. 184–186.

³ Резолюция Всероссийской научно-практической конференции «Цивилизационный путь России: культурно-историческое наследие и стратегия развития» (Москва, 15–16 мая 2018 г.) // Федеральное государственное бюджетное научно-

В русле проводимого исследования значимым является информационный подход к культурному ландшафту, в соответствии с которым ландшафтная репрезентация связана с интерпретацией, благодаря которой становится возможным «прочтение ландшафтного текста»¹. В данном контексте речь идет о семиотической интерпретации ландшафта в качестве текста, включающего различные типы и формы репрезентации и уровни чтения ландшафта (прямой, опосредованный). Например, прямой уровень, к которому можно отнести: «погружение» в культуру, представленное в работе В. Н. Калуцкова², мы видим на примере Московского государственного объединенного музея-заповедника «Коломенское», в котором находятся шедевры мирового искусства церковь Вознесения Господня, Водовзводная башня, Дворцовый павильон 1825 года и другие значимые объекты культурного наследия; описание языков ландшафта, представленное в работе М. С. Кагана «Град Петров в истории русской культуры», в котором впервые целостно рассмотрена культура Санкт-Петербурга. Благодаря репрезентации культурного ландшафта формируется образ культурного ландшафта, для использования которого необходимо выявить три уровня, раскрывающих его смысл: феноменальный (внешний, чувственный), значимый (рациональный), сущностный (духовный)³. На данных уровнях можно выделить различные стратегии

исследовательское учреждение «Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва» [Сайт]. – URL: <http://old.heritage-institute.ru/news/news-heritage-institute/item/3465-rezolyutsiya-vserossijskoj-nauchno-prakticheskoy-konferentsii-tsivilizatsionnyj-put-rossii-kulturno-istoricheskoe-nasledie-i-strategiya-razvitiya> (дата обращения: 09.04.2020).

¹ Калуцков В. Н. Ландшафтная концепция в культурной географии: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора географических наук. Москва, 2009. 50 с.

² Там же.

³ Выбор долгосрочной стратегии в условиях глобальной нестабильности и цивилизационное наследие России: коллективная монография по материалам XV Международных Панаринских чтений / отв. ред. В. Н. Расторгуев, науч. ред. А. В. Никандров; Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия им. Д. С. Лихачёва (Институт Наследия); Московский

прочтения ландшафтного текста: зрительное чтение информации с использованием семиотических кодов культуры; исследование художественных текстов, которые связаны с определенной территорией; путешествие, имеющее собственную семантику¹. Рассмотрим образ культурного ландшафта на примере Малого Иерусалима в г. Евпатория, который состоит из многочисленных информационных элементов (знаки, символы, метафоры), передача которых осуществляется через различные носители информации²:

- семантика архитектурных форм: на улочках Старого города можно полюбоваться множеством старинных зданий, среди которых Мечеть Джума-Джами («Пятничная мечеть»), Собор Святителя Николая Чудотворца, Турецкая баня XVI века (памятник османской архитектуры), Караимские кенасы (единственный в мире действующий храмовый комплекс караимов), Армянская церковь Сурб-Никогайос, Синагога Егия Капай, Текие дервишей и др.;

- фестиваль «Летние вечера на Караимской», в рамках которого гости знакомятся с искусством крымских народов, могут посетить выступления творческих коллективов, костюмированные шествия великанов, представления артистов театра живой скульптуры, а также выставки продаж изделий народных промыслов, работ художников, фотографов и др.;

- «город мастеров», созданный в рамках городского проекта, в котором представлены традиционные ремесла всех национальных общин Евпатории;

- 3-D тур по Малому Иерусалиму, который можно посетить на сайте Муниципального автономного учреждения городского округа

государственный университет имени М. В. Ломоносова, Философский факультет. Москва: Институт Наследия, 2018. 446 с.

¹ Лавренова О. А. Семантика культурного ландшафта: диссертация на соискание ученой степени доктора философских наук. Москва, 2010. С. 20–21.

² Малый Иерусалим // Евпаторийский культурно-этнографический центр «Малый Иерусалим» [Сайт]. – URL: <https://little-jerusalem.ru/> (дата обращения: 25.12.2020).

Евпатория Республики Крым «Евпаторийский культурно-этнографический центр «Малый Иерусалим»;

– культурно-этнографический центр «Одун-базар капусты», в котором проводятся мастер-классы по приготовлению плова, осуществляется знакомство с культурой караимов и дегустация блюд в кафе караимской кухни «Караман».

Для формирования образа культурного ландшафта в современных исследованиях выделяют три основных направления репрезентации информации о культурном наследии¹:

1) Музейное направление (фонды, архивы, экспозиции, выставки).
2) Внемузейное направление (образовательная, воспитательная, массовая работа).

3) Информационное направление (интернет, перевод музейных и архивных ресурсов в информационные системы для их дальнейшего сохранения и продвижения). Данное направление связано с цифровой культурой, способной, по мнению О. Н. Астафьевой, Е. В. Никоноровой, О. В. Шлыковой, «насыщать сетевые мультимедийные пространства смыслами и ценностями»².

Богатство форм выражения и различные репрезентации являются основой формирования полноценного образа. Так, например, существуют формы репрезентации культурного ландшафта на основании человеческих органов чувств, о чем ранее упоминалось в модели: зрительная, тактильная,

¹ Крейдун Ю. А. Репрезентация культурного наследия в сети интернет // Наследие – музей – туризм: мифы и современные реалии: межрегиональный молодежный форум с международным участием. Улан-Удэ: Восточно-Сибирский государственный институт культуры, 2016. С. 119.

² Астафьева О. Н., Никонорова Е. В., Шлыкова О. В. Культура в цифровой цивилизации: новый этап осмысления стратегии будущего для устойчивого развития // Обсерватория культуры. 2018. Т. 15. № 5. С. 517.

слуховая, речевая, обонятельная, вкусовая¹. На сегодняшний день выделяют много форм репрезентации культурного ландшафта, в том числе встречаются попытки его этической оценки. Однако, на наш взгляд, это несколько спорно, т.к. этическое восприятие требует учета не только культурных, но и социальных, исторических контекстов. Вместе с тем, особая роль в репрезентации культурного ландшафта отводится пейзажной форме, которую необходимо дополнять другими формами. Обратим внимание, что именно в ландшафте художественные произведения приобретают осязаемость и материальность (например, когда экскурсовод показывает то место или здание, где с героем произведения происходило какое-то событие)².

Формы репрезентации культурного ландшафта также реализуются в различных стратегиях. В нашем исследовании актуальными являются художественно-эстетическая, этнокультурная и концептуальная стратегии репрезентации культурного ландшафта, применяемые к его категориям, представленным в руководстве по выполнению Конвенции об охране Всемирного наследия³. Первая стратегия подходит для целенаправленно созданных культурных ландшафтов и направлена на формирование визуального образа, основанного на законах и принципах эстетики (например, ландшафт уникальной русской усадьбы «Ясная поляна», которая является родовым имением великого русского писателя Л. Н. Толстого). Этнокультурная стратегия применяется для естественно сформировавшихся этнических культурных ландшафтов и базируется на том, что в ней делается акцент на самобытные и уникальные свойства культурного ландшафта

¹ Калуцков В. Н. Географические подходы к созданию историко-культурных образов // Культура и пространство. Москва: Институт этнологии и антропологии им. Н. Н. Миклухо-Маклая РАН, 2010. Т. 2. С. 76–79.

² В фокусе наследия: сборник статей, посвященных 80-летию Ю. А. Веденина и 25-летию создания Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва / сост., отв. ред. М. Е. Кулешова. Москва: Институт географии РАН, 2017. С. 351.

³ Калуцков В. Н. Вопросы репрезентации культурного ландшафта // Вестник Московского университета. Серия 5: География. 2009. № 5. С. 25–26.

(например, музей деревянного зодчества в Коломенском). Концептуальная стратегия подходит для ассоциативных культурных ландшафтов и для нее важен образ, мифологический «дух места», а не только сам ландшафт: сакральные ландшафты (ритуальное место с петроглифами «Боярская писаница» в Хакасии); литературные ландшафты (Государственный мемориальный историко-литературный и природно-ландшафтный музей-заповедник А. С. Пушкина «Михайловское»); поля исторического сражения (Военно-исторический мемориал «Поле Альминского сражения» в Крыму) и др. Стратегии репрезентации можно применять к группам культурных ландшафтов, выделенных Ю. А. Ведениным и М. Е. Кулешовой на основании взаимосвязи между информацией и ее носителями: группы ландшафтов в роли носителей ценной, но еще не раскрытой информации для мировой или национальной культуры; группы ландшафтов как носители важной, отмеченной и распространенной информации для мировой или национальной культуры; группа ландшафтов, существующая лишь в виртуальном мире¹. Кроме того, с учетом особенностей культурных ландшафтов реализуются специальные стратегии (стратегия определенной территории). Например, Стратегия социально-экономического развития Крыма до 2030 года, в соответствии с которой планируется создание нового культурного пространства на базе культурного наследия и исторического потенциала полуострова, которые являются его главными ресурсами. В соответствии со стратегией именно культурное достояние Крыма относится к ключевым компонентам «идентичности региона, важнейшим фактором формирования отношения к региону, его позиционирования в ряде российских регионов, в Азово-Черноморско-Средиземноморском макрорегионе и в мире»².

¹ Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. Москва: Институт Наследия, 2004. С. 73.

² Закон Республики Крым от 09 января 2017 года № 352-ЗРК «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» // Государственный

Крымский полуостров является неповторимым историческим и культурным заповедником, объекты культурного наследия которого отражают исторические события и культурное многообразие разных народов¹. Культурное наследие и ландшафты полуострова играют ключевую роль в формировании культурной среды и развитии туристской индустрии. В современных условиях необходимо разрабатывать новые направления для реализации потенциала туристской индустрии в контексте культурного наследия Крыма и с учетом кластерного подхода, представленного в Стратегии социально-экономического развития Крыма до 2030 года, которые будут способствовать повышению уровня конкурентоспособности, инвестиционной привлекательности, решат проблему сезонности, а также создадут необходимые условия для сохранения наследия. В связи с чем особую актуальность для полуострова приобретает формирование и практическое применение модели репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма (рис. 4). Представленная модель репрезентации может быть применена для различных объектов культурного наследия, в частности и в Крыму.

Совет Республики Крым [Сайт]. – URL: <http://crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/352z.pdf> (дата обращения: 09.04.2020).

¹ Дементьева М.И. Таврида – Крым – Судак (Очерки по истории Крыма и Судака). Симферополь: ООО «Соло-Рич». 2018. С. 7.

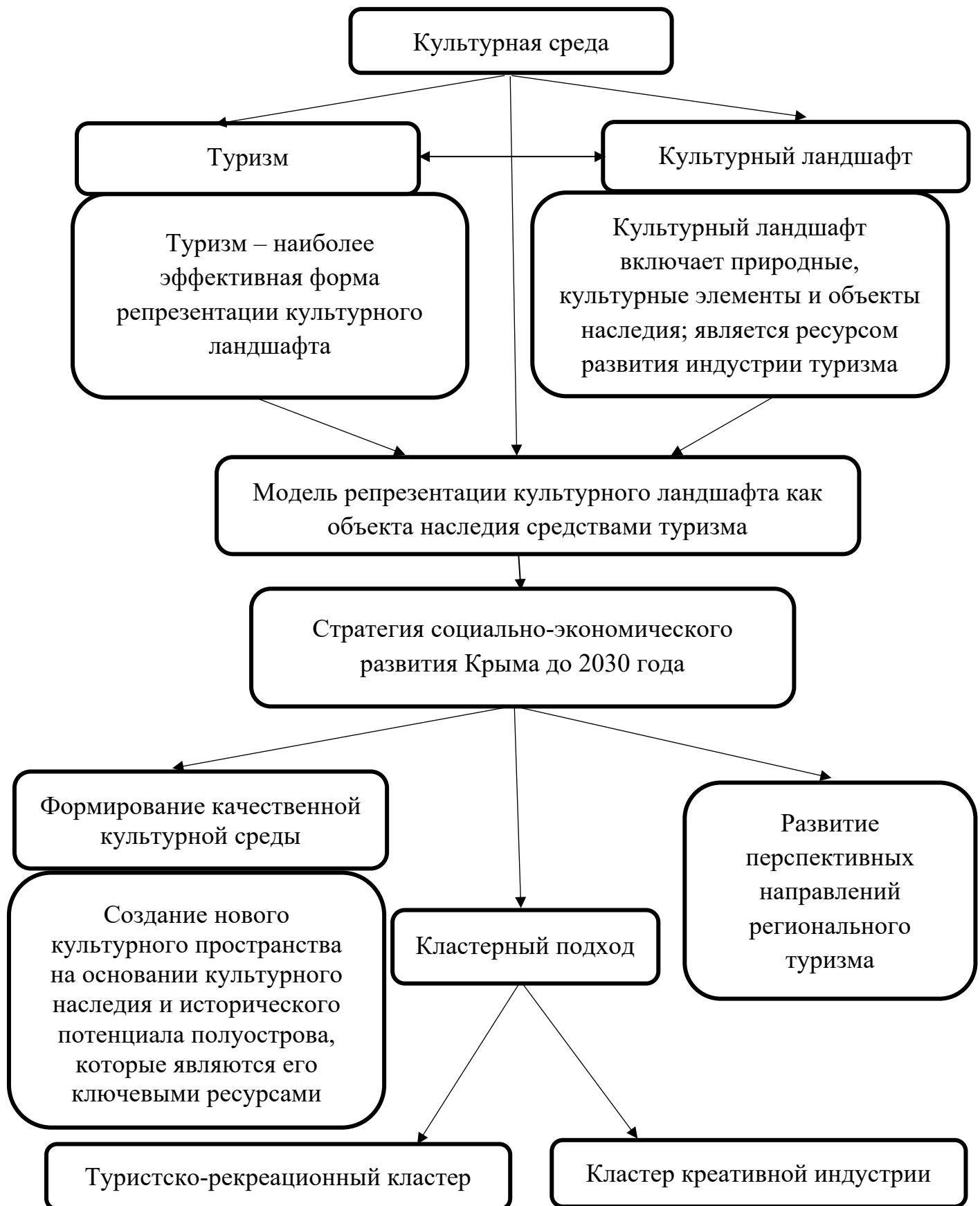


Рис. 4. Модель репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма для Крыма

На примере Дворцово-паркового ансамбля «Воронцовский дворец-музей» покажем, как работает модель репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма (рис. 5):

1 этап. Краткое описание объекта культурного наследия. Дворцово-парковый ансамбль «Воронцовский дворец-музей», находящийся у подножия г. Ай-Петри, который можно отнести к дворцово-парковым, усадебным и заповедным природно-культурным ландшафтам. Э. Блору (придворный архитектор короля Вильяма IV и королевы Виктории) и его ученику В. Гунту удалось удивительно гармонично вписать здание дворца в природный ландшафт¹. Дворец окружает уникальный парк площадью 34 гектара (создатель – потомственный немецкий садовник К. А. Кебах), который считают шедевром садово-паркового искусства. Парк создавался почти 30 лет с учетом особенностей природного ландшафта (климат, растительность, рельеф): были сохранены участки крымского леса и глыбы диабазы, благодаря источникам воды созданы искусственные озера и каскады, убраны тысячи камней для формирования пейзажных полей и террас.

2 этап. Определение и характеристика элементов модели репрезентации для объекта культурного наследия:

1. Субъекты репрезентации: туристская индустрия (туроператоры, турагенты), органы власти, местные жители, туристы.

2. Объект репрезентации: культурный ландшафт как объект наследия, включающий природное (Воронцовский парк) и культурное наследие (дворец-музей).

¹ Государственное автономное учреждение культуры Республики Крым «Алупкинский дворцово-парковый музей-заповедник Воронцовский дворец» // Государственное автономное учреждение культуры Республики Крым «Алупкинский дворцово-парковый музей-заповедник» [Сайт]. – URL: <https://worontsovpalace.org/> (дата обращения: 08.12.2020).

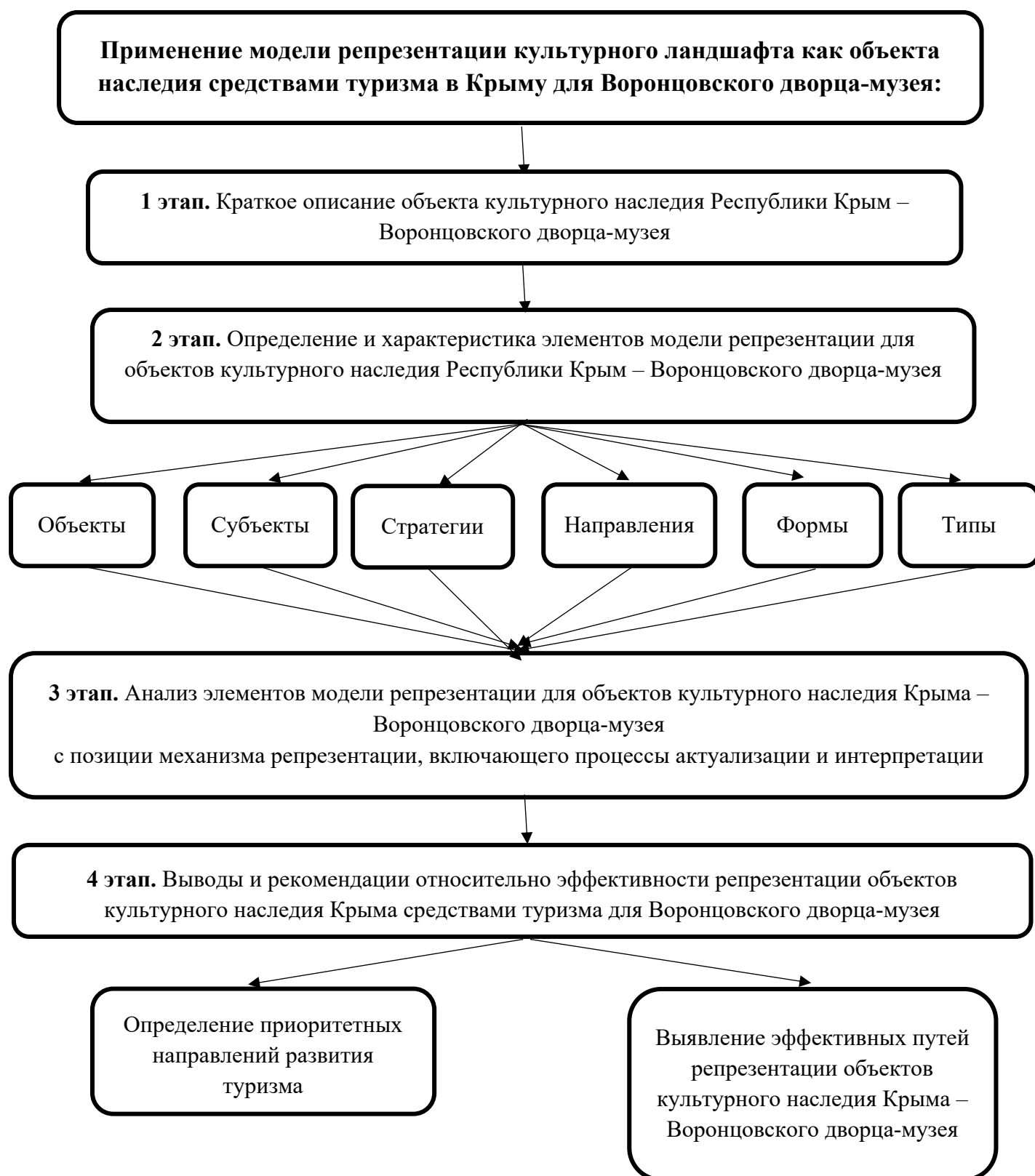


Рис. 5. Применение модели репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма для Воронцовского дворца-музея

3. Во дворце-музее представлены все формы репрезентации, выделенные на основании человеческих органов чувств, кроме вкусовой.

4. Типы репрезентации: горизонтальная (путеводитель), вертикальная (посещение музея-заповедника) и комплексная (туристские карты городов).

5. Направления репрезентации: музейное (экскурсия по дворцу), немuseumное (экскурсия по парку) и информационное (виртуальное посещение дворца-музея, включающее, онлайн-трансляции, виртуальные экскурсии, тематические беседы, игру-квест и др.).

6. Стратегия репрезентации дворца-музея – художественно-эстетическая.

3 этап. Механизм репрезентации дворца-музея включает процессы актуализации и интерпретации. Благодаря актуализации данный объект является частью культуры современного мира, а также туристской деятельности. Интерпретация культурного ландшафта дворца-музея осуществляется для продажи культурного продукта, который в настоящее время пользуется большим спросом у потребителей.

4 этап. Все предложенные элементы модели представлены в дворцово-парковом ансамбле. Следует отметить, что для более полной репрезентации представленного объекта возможно применение вкусовой формы репрезентации, которая отсутствует в Воронцовском дворце-музее. В отдельном здании хозяйственного двора расположена экспозиция «Воронцовская кухня», но у посетителей нет возможности отведать блюда того времени. В связи с чем, предлагается создать необходимые условия для данной формы репрезентации. Таким образом, благодаря применению данной модели для дворцово-паркового ансамбля «Воронцовский дворец-музей» был выявлен эффективный путь репрезентации – применение вкусовой формы представления, которая связана с приоритетными направлениями развития туризма в Крыму и может быть использована в

гастрономических турах, которые в настоящее время набирают все большую популярность в России. В частности, в Крыму реализуется проект «Гастрономическая карта Крыма»¹, в котором представлены участники туристского кластера и другие объекты, описаны гастрономические особенности регионов полуострова, маршруты (например, «Золото Сугдеи», «Город красен домами, а стол – пирогами») и фестивали (например, Крымский гастрономический фестиваль «Барабулька», Фестиваль ялтинского лука «Луко-морье»). Среди гастрономических маршрутов присутствует «Кухня крымских дворцов», в рамках которого в Воронцовском дворце-музее туристы могут только приобрести испеченный по старинному рецепту «Воронцовский пряник» и посетить дегустационный зал, расположенный в бывших винных подвалах графа Воронцова. На наш взгляд, посетители дворца-музея получают более яркие впечатления, если смогут отведать старинные блюда с музыкальным сопровождением и возможными театрализованными представлениями.

Таким образом, для эффективной репрезентации следует применять комплексный подход, объединяющий наиболее важные аспекты данного процесса. Для этого была сформирована модель репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма, учитывающая не только культурологические факторы, но и экономические, политические, что, в свою очередь, позволяет решить важную задачу культурологии – объединить культуру, экономику и политику. Туризм, представленный в модели, ценен с практической точки зрения. Поэтому, разработанная нами модель репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма является актуальной не только с теоретической, но и практической точки зрения: она связана с формированием качественной культурной среды определенного региона, а также развитием перспективных

¹ Гастрономическая карта Крыма // Гастрономическая карта Крыма [Сайт]. – URL: <https://foodcrimea.frbk.ru/> (дата обращения: 13.12.2020).

направлений регионального туризма. Модель репрезентации учитывает особенности культурного наследия и культурных ландшафтов, а также экономики и политики.

2.2 Культурное наследие как ресурс развития индустрии туризма

В контексте предложенной нами модели остановимся подробнее на специфике ресурсности культуры и культурного наследия. В данном ключе наиболее востребованной методологией оценки ресурсности культуры выступает концепция креативной экономики или экономики впечатлений.

В конце XX века появились понятия «творческая» и «культурная экономика», отражающие взаимосвязь между экономикой, культурой и современными технологиями¹. Как отмечает О. И. Микитинец: «Наш мир интенсивно погружается во власть изображений, звуков, символов и идей, которые создают новые рабочие места и новую культуру»². Голландский историк и культуролог Й. Хёйзинга рассматривает культуру с точки зрения системного подхода, в соответствии с которым она представляет собой определенную целостность, элементы которой находятся во взаимодействии. В качестве основных взаимосвязанных компонентов данной системы он выделил экономику, политику, право, быт, нравы и искусство³. При этом, по мнению С. Теппера, в настоящее время в экономической системе происходят изменения, оказывающие непосредственное влияние на искусство и культуру. Эти изменения касаются создания творческих активов благодаря объединению экономической жизни с культурной средой и искусством. К

¹ Микитинец О. И. Urban anthropology: роль креативных индустрий в конституировании городского культурного пространства // Культура народов Причерноморья. 2012. № 252. С. 164.

² Там же.

³ Хёйзинга И. Homo ludens. В тени завтрашнего дня. Москва: Прогресс, 1992. 464 с.

этим изменениям относятся: глобализация, компьютеризация, рост интеллектуального труда, бум в интеллектуальной собственности, использование свободного времени, организация досуга¹.

Как выяснил С. Теппер, специалисты в сфере экономики культуры изучают модели рыночного равновесия рынков культуры в определенное время и в определенном месте². Специфика сферы культуры, по мнению А. Я. Рубинштейна, отражается в производимых товарах и услугах данной сферы³.

В настоящее время культура является фундаментальным ресурсом социально-экономического развития⁴. Ресурсный смысл культуры в обществе, по мнению К. Х. Нгуен, «проявляется как ценностно фундированная, духовно-нравственная возможность устойчивого социодинамического функционирования и развития сфер жизни общества. Он фиксируется в формах социокультурной среды, мировоззренческой матрицы, культурного капитала, этнонациональной психологии, культурной памяти и смыслов жизнедеятельности»⁵. Обнаруживается прямая корреляционная связь между скоростью развития новой экономики (глобальной информационной) и качеством культурных ресурсов (в соответствии с международными исследованиями ЮНЕСКО)⁶. Как отмечает К. Х. Нгуен, не только получение прибыли является фактором

¹ Теппер С. Творческие активы и изменяющаяся экономика // Государственная служба за рубежом. Управление культурой: реферативный бюллетень. Москва: РАГС, 2004. № 5 (55). С. 102–110.

² Там же.

³ Рубинштейн А. Я. Вступительная заметка // Журнал НЭА. 2012. № 2. С. 126–127.

⁴ Белкина С. В. Культура как ресурс развития индустрии туризма // Россия и Европа: связь культуры и экономики: Материалы XX международной научно-практической конференции. Прага, Чешская Республика: WORLD PRESS s.p.o, 2018. С. 215–217.

⁵ Нгуен К. Х. Культура как ресурс развития туризма во Вьетнаме: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора культурологии. Москва, 2013. 34 с.

⁶ Пшеничникова Р. И. Культурный ресурс и новая культура XXI века // Культура как ресурс социально-экономического развития: материалы международной научной конференции. Улан-Удэ: Изд.-полигр. комплекс ФГОУ ВПО ВСГАКИ, 2010. С. 8.

усовершенствования экономики, но и культура, ценности общества, люди, идеи¹.

Неотъемлемой частью культуры является культурное наследие и культурно-природный ландшафт. В нашем исследовании рассматривается культурно-природный ландшафт, который, с одной стороны, включает в себя культурно-природные элементы и объекты наследия, и, в то же время, сам выступает объектом культурного наследия. Культурно-природный ландшафт и культурное наследие являются основой для создания культурной среды определённого региона.

С учетом сложившихся современных условий, наследие становится отдельной индустрией, которая направлена на создание культурного продукта для удовлетворения соответствующих потребностей людей с учетом имеющихся ресурсов определенной территории, другими словами, наследие выступает в роли ресурса развития. Можно проследить в ретроспективе тенденцию изменения особенностей ресурсного использования наследия: наследие как культурный ресурс (с древнейших времен до конца XVIII века); наследие как политический ресурс (до 70–80-х годов XX века); наследие как экономический ресурс (с 70–80-х годов XX века)². По мнению Р. Чепайтене, характерным явлением современной действительности в области наследия является его коммерческое использование, которое имеет как преимущества, так и недостатки³. К положительным сторонам коммерциализации можно отнести: придание новой ценности объектам, известность объектов наследия; вовлечение дополнительных негосударственных источников финансирования; она имеет вспомогательное экономическое значение (организовываются рабочие места,

¹ Нгуен К. Х. Дискурс потенциала культуры как стратегического ресурса общества // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2012. № 4 (21). С. 114.

² Чепайтене Р. Культурное наследие в глобальном мире. Вильнюс: ЕГУ, 2010. С. 179–180.

³ Там же.

доходы от туризма и т. д.); благодаря ей происходит учет разнообразных запросов потребителей и повышение уровня конкуренции наследия на рынке индустрии развлечений; лучшее усвоение информации об объекте наследия. Но данное явление, несмотря на многочисленные достоинства, имеет ряд негативных моментов: угроза утраты идентичности объекта; неблагоприятное воздействие на окружающую среду и историко-культурный ландшафт; разрушение локальных культур; деградация местных культур из-за туризма и др.

Термин «продукты» с экономической точки зрения определяется в современном экономическом словаре Б. А. Райзберга, Л. Ш. Лозовского, Е. Б. Стародубцевой как результаты трудовой или хозяйственной деятельности, представленные в различных формах (материальный продукт, нематериальный продукт, интеллектуальный продукт, а также выполненные работы и услуги)¹. С точки зрения маркетинга под продуктом понимается всё то, что может удовлетворить потребности и предлагается на рынке с целью покупки, применения или потребления². Таким образом, продукт представляет собой результат труда и является средством удовлетворения потребностей. На сегодняшний день отсутствует единое определение «культурного продукта». Культурный продукт рассматривается как определенное благо в материальной и нематериальной форме в виде товаров или услуг, которое предоставляется учреждениями культуры и содержит в себе ценности, нормы морали, культурные коды, смыслы, идеи, необходимые для удовлетворения потребностей высшего уровня³. Продукты культурной

¹ Райзберг Б. А., Лозовский Л. Ш., Стародубцева Е. Б. Современный экономический словарь. Москва: ИНФРА-М, 2011. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_67315/1a6dbaa717f8837c4bd4332121e92bd73bbec049/ (дата обращения: 03.04.2020).

² Голубков Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика. Москва: Финпресс, 1998. 416 с.

³ Рукоосуева М. В. Культурный продукт: к определению понятия // Молодежь и наука: сборник материалов X Юбилейной Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием,

сферы существенно отличаются от продуктов материального производства. Нельзя не отметить, что экономика направлена на удовлетворение потребностей общества с учетом ограниченности ресурсов, а экономика культуры опирается на неограниченный ресурс – творчество человека. Среди отличительных особенностей культурных продуктов, выделенных А. Долгиным, следует отметить эффект потребления, который выражается в виде впечатлений, эмоциональных переживаний, а также уникальность и неповторимость культурного продукта¹. Таким образом, основой культурных индустрий являются впечатления, которые неотделимы от любого культурного продукта. Стоит отметить, что продукты культуры имеют специфическую потребительную стоимость, т. е. полезность, или способность удовлетворять определенные потребности людей (духовные, эстетические и др.). Потребительная стоимость определяет ценность культурного продукта для покупателя. Как отмечает австралийский исследователь Д. Тросби, «ценность – это исток и мотивация всего экономического поведения»². Это указывает на то, что ценность побуждает потребителей к приобретению культурного продукта, а производителя – к созданию продукта, который будет соответствовать потребностям, ожиданиям покупателя. Д. Тросби отмечает, что именно понятие ценности является связующим звеном в изучении экономики и культуры³. В своей работе «Экономика и культура» (2013 г.) автор рассматривает экономические и культурные ценности, которые лежат в основе культурного капитала, определяемого автором как «актив, воплощающий, хранящий или обеспечивающий культурную ценность в дополнение к любой

посвященной 80-летию образования Красноярского края. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. – URL: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2014/directions.html> (дата обращения: 20.04.2020).

¹ Долгин А. Б. Экономика символического обмена. Москва: Инфра-М, 2006. 632 с.

² Тросби Д. Экономика и культура / перевод с английского И. Кушнаревой. Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. 256 с.

³ Там же.

экономической ценности, которой он может обладать»¹. Следовательно, экономику и культуру объединяет понятие ценности. При этом отметим, что культурная ценность может не соответствовать экономической ценности.

Производство в культуре предусматривает создание уникального продукта, удовлетворяющего различные культурные потребности². Среди участников процесса производства выделяют производителей и потребителей продуктов культуры, использующих культурные ресурсы, необходимые для создания культурных благ и ценностей. Для создания культурного продукта необходимо использование ресурсов производства (трудовые, материальные, природные, информационные, финансовые средства, творческий потенциал, законодательные и нормативные акты и т.д.) и потребления (свободное время, доходы населения, уровень культурного развития, личностные, этические факторы и т.д.). Указанные ресурсы способствуют реализации потенциала продуктов культуры, т. е. возможности для удовлетворения культурных, познавательных и духовных потребностей³. Также ресурсы культуры, как отмечает К. Х. Нгуен, представляют собой «наиболее эффективный потенциал развития человека, народа, общества для создания благополучного и комфортного социального бытия»⁴. Культурные ресурсы, как и другие виды ресурсов, являются источником прибыли. При определении особенностей производства культурного продукта необходимо учитывать специфику его формирования в современных условиях⁵.

В связи с тем, что эффект потребления культурного продукта выражается в виде впечатлений, эмоциональных переживаний, становится

¹ Там же. С. 17.

² Белкина С. В. Особенности производства культурного продукта в туризме // Таврические студии. 2018. № 15. С. 12–17.

³ Там же.

⁴ Нгуен К. Х. Дискурс потенциала культуры как стратегического ресурса общества // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. 2012. № 4 (21). С. 117.

⁵ Белкина С. В. Особенности производства культурного продукта в туризме // Таврические студии. 2018. № 15. С. 12–17.

актуальным применение концепции экономики впечатлений как инструмента, способствующего экономическому развитию региона на основе имеющихся культурных ресурсов. Термин «экономика впечатлений» был предложен Дж. Пайном и Дж. Гилмором в книге «Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена» (2005 г.), в которой представлен новый подход, направленный на удовлетворение потребностей путем создания ярких, незабываемых, положительных впечатлений, связанных с потреблением продукта. Рост научного интереса к данной концепции обусловлен тем, что в настоящее время люди нуждаются в тех впечатлениях, которые связаны со спецификой потребления культурных продуктов.

В рамках концепции экономики впечатлений на первый план выходит не сам продукт или услуга, а впечатления потребителя, то есть эмоциональная составляющая. Впечатления являются уникальными в отличие от стандартизированных товаров и услуг. Лучше всего характеризует впечатления выражение, приведенное в книге Дж. Пайна и Дж. Гилмора: «самые лучшие вещи на земле – не вещи»¹. А. В. Овруцкий справедливо отмечает, что вероятность приобретения товара или услуги во многом зависит от эмоциональной реакции потребителя, создаваемой продавцом с помощью чувственных образов, за счет которых потребитель получает впечатления². Кроме того, люди не могут жить без эмоций и в ряде случаев готовы дорого платить за положительные, яркие переживания. Впечатления можно рассматривать как уникальный опыт, который остается в памяти человека. Если раньше потребители были готовы экономить на продуктах, чтобы появилась возможность приобрести услугу, то сейчас происходит экономия на услугах ради получения незабываемых эмоций. Впечатления стали наиболее желаемым и реализуемым продуктом.

¹ Пайн Дж., Гилмор Дж. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / перевод с английского Н. А. Ливинской. Москва: Вильямс, 2005. С. 21.

² Овруцкий А. В. Туристические практики: от информации к впечатлениям // Сервис в России и за рубежом. 2016. № 8 (69). С. 97–104.

Впечатления выступают в качестве современного «продукта», способствующего развитию культуры. Продукты культуры формируют незабываемые, захватывающие впечатления и ощущения у потребителей культурного продукта. Впечатления являются индивидуальными и зависят от личности человека, могут быть основаны на приобщении к культурному наследию, культурным ценностям и т.д. Их развитие обусловлено постоянно растущим спросом на новые и разнообразные впечатления.

В книге «Экономика впечатлений» Дж. Пайна и Дж. Гилмора впечатление рассматривается в качестве четвертого экономического предложения (после сырья, товара и услуги) и является новым источником ценности для потребителей¹. Ценность впечатления для потребителя характеризуется воспоминаниями, ощущениями, которые связаны с потреблением культурного продукта и, которые остаются в памяти человека надолго. И от того, какое впечатление остается у потребителя (положительное, нейтральное, негативное и т.д.), зависит будущий выбор культурного продукта. Впечатление можно рассматривать как важное экономическое предложение в сфере культуры, способствующее развитию экономики и культуры.

В рамках указанного нового подхода действия предприятий направлены на превращение повседневной жизни в яркое впечатление. Для этого они фокусируют свои усилия на вовлечении покупателей в развивающееся представление, с помощью которого практически любое событие может стать для потребителя уникальным и незабываемым². В свою очередь, продукты культуры представляют собой захватывающие и сильные впечатления.

В системе статистики культуры ЮНЕСКО используется понятие культурный цикл, который включает различные этапы, связанные с

¹ Пайн Дж., Гилмор Дж. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / перевод с английского Н. А. Ливинской. Москва: Вильямс, 2005. 171 с.

² Там же.

созданием, производством и популяризацией культуры. Культурный цикл включает пять стадий:

1. Создание: замысел, возможные авторские идеи и содержание (например, скульпторов, писателей), а также производство индивидуальной продукции (например, изящные искусства).
2. Производство: создание продуктов культуры (например, телевизионные программы), а также то, что используется для их продажи: специальные инструменты, инфраструктура и каналы реализации (например, производство музыкальных инструментов, издание газет).
3. Распространение: доставка массовых продуктов культуры потребителям или дистрибьюторам (например, прокат кинофильмов).
4. Показ, восприятие и передача: непосредственное приобретение культурных продуктов с учетом ограничения мероприятий по времени (например, организация и проведение фестивалей, посещение музеев).
5. Потребление или участие: участие клиентов в потреблении продуктов культуры, в мероприятиях культурного характера и получение определенного культурного опыта (например, посещение картинных галерей)¹.

Стадии культурного цикла демонстрация/восприятие/передача и потребление/участие связаны с получением впечатлений. В работе Дж. Пайна и Дж. Гилмора «Экономика впечатлений» отмечается, что впечатление может увлечь потребителей в разных областях:

1. В зависимости от степени участия клиента в процессе потребления:
 - 1.1. Пассивное участие, при котором потребители не оказывают влияние на происходящее представление (например, получают впечатление в качестве зрителя фестиваля).

¹ Система статистики культуры ЮНЕСКО-2009. Канада: Институт статистики ЮНЕСКО, 2010. 99 с. – URL: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-ru.pdf> (дата обращения: 29.04.2020).

1.2. Активное участие, при котором потребители оказывают влияние на происходящее представление (например, посетители являются участниками фестиваля).

2. В зависимости от типа связи или отношений между потребителями и представлением:

2.1. Поглощение, при котором впечатление связано с внутренним миром человека.

2.2. Погружение, при котором потребитель становится частью данного впечатления¹.

Дж. Пайн и Дж. Гилмор также выделили четыре области реализации впечатлений – развлечение, обучение, уход от реальности и эстетику:

- развлечение (например, посещение кинотеатра, театра, цирка).
- обучение (например, посещение библиотеки, музея).
- уход от реальности (например, посещение тематического парка, рассматриваемого в настоящее время как «современная форма многовековой традиции массовых развлечений, основанная на изначально присущем человеку стремлении к празднику и чуду»²).
- эстетика (например, посещение картинной галереи)³.

Необходимо отметить, что наиболее яркими и незабываемыми будут впечатления, содержащие компоненты из всех предложенных областей⁴. Все эти области впечатлений тесно взаимосвязаны с продуктами культуры и являются их неотъемлемой частью. Экономика впечатлений проявляется в индустрии культуры, поскольку в ней практически каждый продукт дает возможность потребителю ощутить те или иные впечатления, которые ему

¹ Пайн Дж., Гилмор Дж. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / перевод с английского Н. А. Ливинской. Москва: Вильямс, 2005. 171 с.

² Нельзина О. Ю., Огороков А. В., Поляков Т. П. Тематические парки как учреждения музейного типа: проблемы и перспективы. Москва: Институт Наследия, 2019. С. 270.

³ Пайн Дж., Гилмор Дж. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / перевод с английского Н. А. Ливинской. Москва: Вильямс, 2005. 171 с.

⁴ Там же. С. 32.

так необходимы. Ф. Вуд отмечает, что «современные потребители хотят не столько купить или потребить услугу, сколько испытать переживание, которое будет особенным, не похожим ни на одно другое. Все мы – не однородная масса, и для каждого из нас очень важен багаж личного опыта и переживания. Современная экономика настроена на то, чтобы давать опыт и переживания»¹.

Таким образом, культура в современных условиях рассматривается как фундаментальный ресурс развития. Культурное наследие является неотъемлемой частью культуры. Объектами спроса и предложения на рынке культуры являются продукты культуры, которые представляют собой определенное благо в материальной и нематериальной форме в виде товаров и услуг. Отличительной особенностью культурного продукта является эффект потребления (который выражается в виде впечатлений), а также его уникальность и неповторимость. Культурный продукт создается с учетом имеющихся ресурсов (производства и потребления), реализующих потенциал продуктов культуры. В связи с тем, что потребление культурного продукта связано с получением впечатлений, актуальным становится использование концепции экономики впечатлений как инструмента, способствующего экономическому развитию региона. Несмотря на особенности данной концепции, она может быть применена для объектов культурного наследия с целью повышения их привлекательности, развития индустрии туризма, поскольку наследие становится отдельной индустрией, которая направлена на создание специального продукта для удовлетворения культурных потребностей с учетом имеющихся ресурсов территории.

Культурная обусловленность туризма

Индустрия туризма является одной из лидирующих отраслей экономики в мире, при этом именно культура становится все более важной

¹ Вуд Ф. Творческая экономика городов // Экология культуры: информационный бюллетень. Архангельск, 2004. № 2. С. 17–23.

частью туристского продукта: «Туризм интегрирует важнейшие процессы трансформации современного общества и культуры как одно из приоритетных направлений развития»¹. В контексте междисциплинарных тенденций к изучению культуры современные исследователи начинают относиться к ней как к ресурсу новой экономики, она всё чаще выступает основой экономических отношений, в том числе и в развитии туризма, являющегося на сегодняшний день одним из самых популярных в мире². Качественное производство продуктов культуры в туризме создает к положительный экономический и социальный эффект, способствует формированию имиджа, сохранению культурного наследия, улучшению инфраструктуры и условий проживания, а также приносит дополнительный доход, который можно использовать для поддержки культуры³. Культурный туризм направлен на удовлетворение уникальных потребностей туристов в культурных продуктах⁴. При этом удовлетворение культурных потребностей в туристской сфере невозможно без использования соответствующих культурных ресурсов, являющихся источником развития индустрии туризма⁵. В свою очередь, в Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туристские ресурсы представлены в виде объектов (объекты туристского показа, природные, исторические и социокультурные), которые могут удовлетворить нематериальные и другие потребности туристов, способствуют «поддержанию их жизнедеятельности,

¹ Гализдра А. С. Социокультурная динамика туризма: монография. Саратов: Издательский дом «Наука», 2009. С. 5.

² Белкина С. В. Культура как ресурс развития индустрии туризма // Россия и Европа: связь культуры и экономики: Материалы XX международной научно-практической конференции. Прага, Чешская Республика: WORLD PRESS s.p.o, 2018. С. 215–217.

³ Белкина С. В. Особенности производства культурного продукта в туризме // Таврические студии. 2018. № 15. С. 12–17.

⁴ Белкина С. В. Культура как ресурс развития индустрии туризма // Россия и Европа: связь культуры и экономики: Материалы XX международной научно-практической конференции. Прага, Чешская Республика: WORLD PRESS s.p.o, 2018. С. 215–217.

⁵ Там же. С. 215–217.

восстановлению и развитию их физических сил»¹. Для успешного развития индустрии туризма необходима реализация туристского потенциала с помощью имеющихся ресурсов, основу которых составляет культурное наследие и культурно-природные ландшафты. Именно ресурсы территории определяют особенности развития туризма, производства туристского продукта, формирования инфраструктуры, а также учитываются при разработке инвестиционной политики и стратегии социально-экономического развития. Следует отметить, что культурные ресурсы являются основой культурного туризма, а также частью других видов туризма.

Каждая страна, регион или город обладают уникальным культурным потенциалом. Туризм всегда связан с ресурсами определенной территории, которая является привлекательной для туристов, поскольку обладает для них культурной ценностью. К факторам, оказывающим влияние на уровень привлекательности туристского региона, можно отнести его культурно-историческое наследие, религиозные сооружения, уровень образования, искусство и т.д. Культурное наследие страны оказывает влияние на привлекательность культурного продукта, служит фактором мотивации туристов. Некоторые туристские ресурсы являются объектами мирового значения (например, объекты всемирного наследия ЮНЕСКО), находящиеся под охраной государства.

Культурное наследие является важным ресурсом и элементом индустрии туризма, способствующим изменению социального и экономического состояния региона или города. В связи с чем в современных условиях возрастает интерес к культурному наследию и изменяется

¹ Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 08.06.2020) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c (дата обращения: 12.04.2020).

отношение к нему¹. Главной проблемой культурного туризма является одновременное обеспечение сохранности объектов культурного наследия и развитие индустрии туризма². Культурное наследие и современная культура способствует изменению имиджа территории (например, созданию бренда территории), формированию особенностей определенного региона или места, могут вызвать интерес у местного населения и туристов³. В связи с этим возрастает интерес к изучению культурных ресурсов с целью реализации потенциала территории и развития туризма. Культурное наследие является важным ресурсом и элементом индустрии туризма, способствующим изменению социального и экономического состояния региона или города.

В данном исследовании природные, культурные элементы и объекты наследия интерпретируются как часть культурно-природного ландшафта, а также сам ландшафт выступает объектом культурного наследия. Следовательно, не только культурное наследие, но и ландшафт рассматривается в качестве ресурса для развития туризма. Для этого А. С. Кусков, определяет географические особенности и возможности туризма в пространстве культурных ландшафтов⁴. При использовании культурных ландшафтов в туристской деятельности, по мнению А.С. Кускова, необходимо учитывать их свойства с учетом их туристской интерпретации. К свойствам культурных ландшафтов можно отнести: адаптивность, целостность, аутентичность, образность, пейзажность, многослойность и универсальность. Они способствуют привлечению туристов, повышают их значимость для посетителей; благодаря гармоничному сочетанию элементов культурного ландшафта можно эффективно планировать и осуществлять туристские маршруты в

¹ Путрик Ю. С. Туризм как фактор сохранения наследия: исторический опыт и традиции // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 311. С. 96.

² Там же. С. 97.

³ Там же. С. 97.

⁴ Кусков А. С. Туризм в пространстве культурных ландшафтов: зарубежный опыт и российская практика // АРКТИКА. XXI век. Гуманитарные науки. 2015. № 2 (5). С. 36.

зависимости от пожеланий потребителей, а также дать возможность изучения туристами географической среды, её истории и культурных особенностей¹. Исследователь А. С. Кусков выделяет преимущества культурных ландшафтов перед другими территориальными комплексами: экологическое воспитание и просвещение; на территории культурных ландшафтов находятся аттрактивные объекты наследия, а также ландшафты выступают в качестве объектов наследия; ландшафт является совместным творчеством человека и природы; местное сообщество поддерживает его существование; он имеет определенную, отчётливую структуру (пространственную, временную, функциональную) и динамично развивается². Именно эти преимущества являются ресурсной основой для развития культурно-познавательного, этнографического, сельского и эколого-культурного туризма определенного региона. По мнению А. С. Кускова, если туристская индустрия будет функционировать в рамках культурных ландшафтов, то это будет способствовать получению большей прибыли. Развитие культурной среды связано со спецификой объектов культурного наследия, которые находятся на определенной территории. Некоторые культурные ландшафты могут существовать благодаря особому воздействию на них различных факторов³.

Туристские объекты (объекты культурного наследия), достопримечательности являются частью культурного пространства или культурного ландшафта. Существуют маркеры культурных связей между туризмом и наследием:

– обеспечение сохранности культурного наследия для туризма (культурный туризм не существует без культурных объектов, в связи с чем индустрия туризма заинтересована в обеспечении сохранности объектов

¹ Там же. С. 39.

² Там же. С. 40.

³ Кусков А. С. Проблема понимания культурных ландшафтов в современной отечественной науке // Вестник ОГУ. 2007. № 10. С. 33.

культурного наследия); по данному вопросу О. И. Бычкова, Н. А. Костина отмечают, что определение и сохранение объектов культурного наследия, поддержка народных ремесел и природопользования способствуют развитию туризма, а также во многих регионах культурное, историческое и природное богатство используется для привлечения инвестиций в экономику, социальное развитие и трудовые ресурсы¹;

– обеспечение сохранности культурного наследия с помощью туризма (можно рассматривать как инструмент образования, бережного отношения к объектам культурного наследия, при условии осуществления эффективного управления: например, финансирование мероприятий, направленных на обеспечение сохранности объектов наследия для туристов, улучшение качества ландшафтов и т. д.); причем, многие страны используют наследие не только для привлечения туристов, но и для экспертов, профессионалов в сфере охраны и восстановления культурных и исторических памятников²;

– охрана культурного наследия от туризма (туристы оказывают воздействие на культурно-природные ландшафты, на подлинность культур и т.д.; в связи с чем необходимо на государственном и региональном уровнях устанавливать требования по использованию данных объектов).

Исследователи С. Мурато и М. Маццанти, принимавшие участие в работе Института Гетти, отмечают, что туристические поездки обычно включают элементы культурного наследия, которые широко варьируются (от поездки в исторический центр, чтобы посетить музей, до прогулки по историческому саду). Посетители извлекают выгоду из ожиданий, опыта (образовательного, визуального, развлекательного) и воспоминаний, предлагаемых наследием; в то время как те, кто не посещает объекты

¹ Бычкова О. И., Костина Н. А. Культурное и природное наследие как ресурс устойчивого развития территорий (по материалам краеведческих исследований) // Наследие веков. 2017. № 3 (11). С. 25.

² Боголюбова Н. М., Николаева Ю. В. Охрана культурного наследия: международный и российский опыт // Вестник СПбГУКИ. 2014. № 4 (21). С. 6.

наследия (nonvisitors) могут получить косвенную выгоду благодаря журналам, фильмам или, все чаще, через Интернет (виртуальные посещения). Даже если человек не использует культурные ценности в настоящее время, инвестиции в их сохранение и поддержание дают возможности их познания в какой-то момент в будущем. Этот вариант использования культурного наследия исследователи сравнивают со страховой премией (insurance premium). Кроме того, люди могут придавать значение сохранению культурных ресурсов без их использования или посещения. Например, альтруистические чувства, связанные со знанием того, что другие люди могут наслаждаться культурным наследием или сохранением культурных продуктов для будущих поколений. Тем не менее, несмотря на очевидные преимущества культурного наследия для общества, ему все больше угрожает деградация и разрушение. К факторам риска относятся: естественные экологические причины (землетрясения, оползни, наводнения, лавины и др.), а также человеческая деятельность, которая, возможно, является основной причиной потери культурных ценностей (туризм, урбанизация, разрушительные девелоперские проекты, воровство, вандализм, война, загрязнение воздуха и простое пренебрежение)¹.

Важной тенденцией развития туристского рынка является коммодификация или товаризация культурного наследия, обусловленная тем, что любой интересный и аттрактивный для туриста культурный материальный и нематериальный объект можно продать на рынке как товар². Ярким примером является концепция экономики впечатлений³, основанная на удовлетворении потребностей туристов благодаря созданию ярких,

¹ Assessing the Values of Cultural Heritage. Research Report Edited by Marta de la Torre. The Getty Conservation Institute. 2002. P. 51.

² Карпова Г. А., Хорева Л. В. Коммодификация нематериального культурного наследия в системе услуг культурного туризма // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10. № 9 (70). С. 10.

³ Гилмор Дж., Пайн Дж. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. Москва: Вильямс, 2005. 171 с.

уникальных эмоций и переживаний, являющихся частью любого культурного продукта. В настоящее время отмечается противоречие в вышеупомянутой концепции: «чем более вымышленным кажется мир, тем больше мы требуем того, что является реальным»¹. В связи с чем, в контексте экономики впечатлений аутентичность – это «новая покупательская восприимчивость»², которая является важным условием признания ценности объектов культурного наследия для его посетителей. Сегодня растет спрос потребителей на аутентичные культурные продукты, оказывающие наибольшее влияние на их впечатления. Поэтому для удовлетворения запросов туристов важную роль играет аутентичность (подлинность) культурного продукта. В данном случае движущей силой туризма является потребность увидеть и ощутить настоящее, подлинное. Данные особенности должны учитывать производители соответствующего культурного продукта.

В туристской практике существует несколько подходов к определению аутентичности³:

1) Объектно-обусловленная аутентичность связана с обозреваемым туристским объектом и основана на двух позициях:

– «объективистская» предполагает, что к аутентичным объектам относятся те, в которых присутствуют черты перводанного оригинала (фольклор, собор, картина) или неподдельного (для туристов) образа обывденной жизни;

– «конструктивистская» аутентичность связана с созданием символических образов и значений с использованием технологии ассоциаций с известными людьми, событиями и т.д.

¹ Гилмор Дж., Пайн Дж. Аутентичность: чего по-настоящему хотят потребители. Санкт-Петербург: Best business books, 2009. 347 с.

² Там же.

³ Сущинская М. Д. Развитие модели туризма впечатлений в культурном туризме // Известия СПбГЭУ. 2012. № 2. С. 110–111.

2) Деятельностно-обусловленная аутентичность («экзистенциальная») имеет отношение к настоящим ощущениям и эмоциям туриста, связанных с постижением отдельных аспектов культуры посещаемой территории.

3) Искусственно созданная аутентичность связана со смещением акцентов в отношении понятия аутентичности от настоящих объектов к «подлинным» впечатлениям, для которых применяются копии, имитации и т.д.

Аспекты аутентичности и коммодификации культурного туризма проявляются в следующем¹:

1) Туризм, безусловно, является частью процесса глобализации, который изменил нашу идентификацию местных культур и заменил ее на глобальную осведомленность. Постоянно расширяющаяся сеть связи, активизация международных транспортных потоков и растущее влияние транснациональных корпораций, снабжающих рынки, способствовали глобализации туризма, культур и экономики. Появилось понятие «глобальная деревня»², означающее чувство общности и общих культурных ориентиров, хотя и на все более виртуальном, опосредованном уровне. Таким образом, мировые жители становятся все более любознательными и способными посещать своих соседей по всему миру, о чем говорят прогнозы международных туристских поездок. Поскольку путешествие на большие расстояния становится более легким и дешевым, а развивающийся рынок туризма стремится к дифференциации через новизну, все больше регионов мира входят в индустрию туризма, а культурно ориентированные туристские маршруты становятся все более глобальными. Туристские объекты и события

¹ Robinson M., Phipps A. Cultural Tourism in a Changing World. Politics, Participation and (Re) presentation. – URL: <http://www00.unibg.it/dati/corsi/44108/50648-smith-robinson-proofs.pdf> (дата обращения: 01.05.2020).

² Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека / перевод с английского В. Г. Николаева. Москва; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2007. С. 43.

продаются в глобальном масштабе и имеют международное значение и привлекательность, например, растущий список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО и международные зрелища, такие как Олимпийские игры.

2) Возрастающее влияние индустрии туризма, легкость перемещения и постоянное увеличение количества посещаемых мест, обуславливают влияние туризма на подлинность опыта туристов, на культуру местных жителей, на характер взаимоотношений местных жителей и гостей, на создание культурных объектов и событий (но не обязательно всецело) туристами. Как экономическая деятельность туризм был обвинен в коммодификации культур, поскольку то, что было создано для местного населения, было ориентировано на рынок туризма. Такая коммодификация может разрушить аутентичность местных культурных продуктов и отношений и привести к «организованному» или поддельному опыту, созданному специально для внешних потребителей. Подобная утрата подлинности наносит ущерб местному населению и впечатлению посетителей. Принцип аутентичности сдает свои позиции, поскольку «подлинники поновляют, меняют, «развивают»; научная реставрация заменяется реконструкцией; профессиональное знание о наследии заменяется компилятивными симулякрами»¹. Так, «при активной популяризации ландшафта, хранящего в себе большой пласт традиционной культуры, возникает опасность её деградации и потери»². Особенно важно учитывать данное обстоятельство «при включении таких ландшафтов в туристский

¹ В фокусе наследия: сборник статей, посвященных 80-летию Ю. А. Веденина и 25-летию создания Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва / сост., отв. ред. М. Е. Кулешова. Москва: Институт географии РАН, 2017. С. 10.

² Культурный ландшафт как объект наследия / под редакцией Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. Москва: Институт Наследия, 2004. С. 72.

рынок, когда ценности традиционной культуры становятся туристским продуктом и постепенно превращаются в китч»¹.

3) С точки зрения туриста потребление подлинных продуктов и впечатлений может быть рассмотрено как являющееся либо основным смыслом для туризма, либо не имеющее отношения к осуществлению отдыха. Подумайте об отпуске, который получит путешественник «в стороне от большой дороги», чтобы открыть подлинную культуру отдаленного сообщества. Такой турист будет участвовать в настоящих событиях и ритуалах, покупать предметы аутентичного ремесла, узнавать местных жителей и наслаждаться опытом, основанном на гостеприимстве и дружелюбии. Данный опыт, конечно, отличается от посещения тематического парка, связанного с потреблением симулякра в полностью искусственной, специально созданной среде. Здесь отдыхающий будет потреблять события и продукты, созданные специально для туристского рынка, будет впечатлен неожиданными встречами и ситуациями, которые являются чисто финансовыми и фактически не будет проводить время с местным населением. И тот и другой отдых являются популярными продуктами мировой индустрии туризма; оба опыта в равной степени «реальны».

4) Беспокойство также часто возникает в отношении влияния туризма на принимающие сообщества, в частности на характер взаимоотношений хозяев и гостей и культурные продукты этих сообществ. Коммерциализация отношений между хозяевами и гостями приводит к дискредитации обеих сторон, редуцируя аутентичную традицию гостеприимства к простой коммерческой сделке.

5) Зрелый туристский рынок также стремится найти более специализированные, нишевые туристские впечатления, и поэтому туристская индустрия предлагает более особенные, интересные праздники в

¹ Там же.

отдаленных местах и знакомство с уникальными, яркими культурами. Критики современной культуры отмечают, что постмодернизм и туризм, лишённые какого-либо местного значения или культуры коренных народов, создали бесприютность пространства. В этих безлюдных местах культурно обедневшие люди поглощают опосредованные переживания, далекие от подлинной жизни их предков, которая связана с их местностью, землей, древними традициями и их сообществом. В этом мировоззрении современная культура характеризуется и сильно обедняется отсутствием подлинности. И наоборот, постмодернистские теоретики и пост-туристы не заботятся о проблемах подлинности, которые теперь анахроничны. В этом видении мира все места одновременно являются реальными и недостоверными, а традиционные границы, существующие между реальным и поддельным, растворились.

б) Один из подходов к вопросу о влиянии туризма на подлинность основан на предположении, что существуют реальные и подлинные туристские впечатления и продукты, которые могут быть получены как таковые, но, может быть, их не легко найти в современном обществе. Важность относится к объектам, сделанным из того, что мы считаем подлинными материалами, а также местными ремесленниками или событиями и ритуалами, которые мы воспринимаем как традиционные эманации подлинной культуры. Объективная аутентичность относится к авторитету оригиналов. Соответственно, аутентичный опыт в туризме приравнивается к эпистемологическому опыту (то есть познанию) подлинности оригиналов. Как только посетители начинают прибывать, сообщества создают искусственно организованные мероприятия, чтобы удовлетворить желания своих гостей в подлинных, красочных культурных эманациях. Между тем реальная жизнь продолжает оставаться за кулисами. Области за кулисами становятся святыми граалями для приключений независимых путешественников. Там находится правда, но она недоступна

для посторонних. Если объективный подход к аутентичности предполагает, что существует реальный туристский опыт, если только мы можем его отследить, то конструктивная же парадигма утверждает, что реальность на самом деле является созданным явлением. Она создается в наших собственных умах, на которые влияет наше личное мировоззрение и внешние социальные, культурные и политические факторы. Таким образом, представления о том, что является подлинным, не считаются статическими, но они могут появляться со временем и являются относительными и согласованными. Требования повседневной жизни привели к опасениям, что мы упускаем из виду наши истинные «я» (более простые, более веселые, естественные «я», которые подавляются работой и обязанностями). Ритуалы туризма включают в себя расслабление, свободу от ограничений. Поэтому сам туризм можно рассматривать не как разрушающее и коммодификационное влияние, но как способ быть подлинным и естественным. Туристы, вовлеченные в активное участие, а не наблюдение, с большей вероятностью испытывают чувство экзистенциальной аутентичности. В нашей повседневной жизни существует немного возможностей и мест, где можно испытать такую аутентичность, и поэтому те среды, которые предлагают такую возможность, становятся все более ценными. Например, в туристской деятельности, которая включает тесную связь с сельской местностью, аспекты аутентичности и коммодификации, связанные с кемпингом или пешеходным туризмом, пользуются популярностью, потому что они позволяют людям проверить свои возможности и заново открыть себя.

Таким образом, к основным теоретическим и практическим аспектам аутентичности и коммодификации культурного продукта в индустрии туризма можно отнести: влияние туризма на подлинность опыта туристов, на культуру местных жителей, на характер взаимоотношений местных жителей и гостей, на создание культурных объектов и событий туристами; создание

«организованного» или поддельного опыта и утрата аутентичности, связанные с коммодификацией, наносят ущерб местному населению и впечатлениям посетителей; потребление подлинных продуктов и впечатлений туристами или потребление симулякра; аутентичная традиция гостеприимства сводится к простой коммерческой сделке; постмодернизм и туризм создали бесприютность, в связи с чем современная культура характеризуется и сильно обедняется отсутствием подлинности, а также постмодернистские теоретики и пост-туристы не заботятся о проблемах подлинности; туризм можно рассматривать не как разрушающее и коммодификационное влияние, но как способ быть подлинным и естественным¹.

При этом, главные проблемы, связанные с аутентичностью и коммодификацией в туризме, основываются либо на тех изменениях, к которым он привел в месте пребывания, или на его воздействии на культуру самих туристов. В данном ключе дискуссии вращаются вокруг путешествующих, характера их отношений с местным населением и культурными продуктами, столь важными для индустрии туризма. Также аутентичность занимает важное место в восприятии культурного наследия как продукта культурного туризма, поскольку в данной сфере сегодня растет спрос потребителей на подлинные культурные продукты, оказывающие наибольшее влияние на их впечатления.

В качестве главного объекта спроса и предложения на рынке культуры выступает культурный продукт, который воспринимается как «благо, предоставляемое культурными учреждениями в виде товара и услуг, отражающих культурные ценности, смыслы, идеи, этические и моральные нормы, образы, культурные коды и представления; результат процесса образования идеала, воплощенный в вещественной и невещественной форме,

¹ Белкина С. В. Аутентичность и коммодификация культурного туризма // Культура и цивилизация. 2021. № 2 А. С. 110–116. – DOI: 10.34670/AR.2021.73.68.013 (дата обращения: 10.06.2021).

для удовлетворения потребностей высшего порядка (социальных, духовных, коммуникативных и т. д.)»¹. Культурный продукт для туризма, по мнению М. Д. Сущинской, представляет собой «благо, предоставляемое в виде деятельности в культурной сфере или материально-вещных условий потребления историко-культурных, национально-культурных, социально-культурных ценностей, повышающее туристскую привлекательность дестинации или отдельных культурных достопримечательностей»². В этой связи отметим, что в рамках современной туристской индустрии используется широкое понимание культуры, выступающей «... как ресурс развития, и как средство укрепления международных связей»³. Наилучший способ знакомства с культурой – это туризм. Изначально он был связан только с приобретением и потреблением туристских продуктов, в настоящее же время в туризме желание приобретать вытесняется желанием получения новых и уникальных впечатлений. Туризм является привлекательным для потребителей, поскольку дает им возможность получить незабываемые впечатления, ощущения, переживания.

На стыке отраслей культуры и туризма возникает «культурный туризм», который рассматривается в двух направлениях: как специфический сектор в системе туризма и как элемент других видов туризма. Культурный туризм как отдельный сектор, по мнению М. Д. Сущинской, представляет собой путешествие, связанное с получением новой информации, опыта и уникальных впечатлений для удовлетворения индивидуальных культурных

¹ Рукосуева М. В. Культурный продукт: к определению понятия // Молодежь и наука: сборник материалов X Юбилейной Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 80-летию образования Красноярского края. Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. – URL: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2014/directions.html> (дата обращения: 20.04.2020).

² Сущинская М. Д. Развитие модели туризма впечатлений в культурном туризме // Известия СПбГЭУ. 2012. № 2. С. 107–111.

³ Горенкин В. А. Культурная политика современной России: тенденции и ориентиры развития // Таврические студии. 2017. № 13. С. 20.

потребностей¹. Данный вид туризма направлен на удовлетворение уникальных, индивидуальных потребностей туристов в культурных продуктах. Культурный продукт в туризме представляет собой благо, которое производится в сфере культуры и отражает различные культурные ценности туристов. С позиции концепции «экономики впечатлений» благом для туристов является получение уникальных, незабываемых впечатлений. По мнению Т. И. Гуровой и И. П. Конева, развитие культурного туризма рассматривается в качестве инструмента, создающего «условия для эффективного использования объектов культурного наследия в новом качестве, отраженный в целевой программе мероприятий, способствующий духовно-нравственному воспитанию общества»².

Организация и планирование культурного тура представляют собой достаточно сложные и трудоемкие процессы. Для удовлетворения потребностей туристов в культурных продуктах необходимо провести анализ и оценку имеющихся объектов культурного наследия и ландшафтов, чтобы определить, насколько они соответствуют желаниям и ожиданиям потребителей.

Путешествия всегда были связаны с изучением чего-то нового и неизвестного, захватывающими приключениями, получением опыта и впечатлений. В этом смысле туризм был и остается идеальной основой «экономики впечатлений». В последние годы значимость впечатлений для туристского продукта до поездки, во время и после поездки является наиболее актуальной. Это во многом связано с результатом развития современной экономики впечатлений, в которой основные продукты — не конкретные товары или услуги, а потребительские эмоции, впечатления и переживания. Туристские впечатления, по мнению М. Д. Сущинской,

¹ Сущинская М. Д. Развитие модели туризма впечатлений в культурном туризме // Известия СПбГЭУ. 2012. № 2. С. 107–108.

² Гурова Т. И., Конев И. П. Культурно-историческое наследие как инструмент создания событийных туров. Вестник РМАТ. 2016. № 3. С. 139.

представляют собой эмоциональное и рациональное восприятие культурной достопримечательности, возникающее в процессе ее посещения¹. Впечатления имеют большую стоимость и потребительскую ценность по сравнению с товарами или услугами.

Несмотря на многочисленные усилия, затрачиваемые туристскими компаниями при производстве своих продуктов, полученные результаты являются не всегда положительными. В современных условиях изменяются предпочтения потребителей и их ценности. Это также обусловлено тем, что, «производство и потребление культурных текстов, и круговорот вкусов и мод ускорился»². Основная проблема состоит в том, что ожидания потребителей постоянно растут, туристы становятся все более опытными, они были везде, видели все даже если не лично, то посредством средств массовой информации, которые значительно повышают их ожидания. Они требуют все более новых и сильных стимулов, благодаря которым становится все сложнее получить эффект неожиданности. Чтобы этого достичь, необходимо использовать продуманный комплексный подход к формированию туристского продукта на основе управления впечатлениями, способствующий созданию таких продуктов, которые будут удовлетворять запросам потребителей и созданию запоминающихся впечатлений, благодаря чему у туриста появится желание побывать снова в данном месте. В туризме создается, реализуется и приобретает уникальный продукт – впечатления³.

Основные характеристики культурных туров (архитектура, история, традиции) не могут быть изменены, поэтому в культурном туризме рассматриваются вопросы развития форм и способов привлечения туристов. Культурная достопримечательность может быть интересна для небольшой

¹ Сущинская М. Д. Развитие модели туризма впечатлений в культурном туризме // Известия СПбГЭУ. 2012. № 2. С. 107–108.

² Хезмондалш Д. Культурные индустрии / перевод с английского И. Кушнарева. Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. С. 15.

³ Сущинская М. Д. Развитие модели туризма впечатлений в культурном туризме // Известия СПбГЭУ. 2012. № 2. С. 108.

группы потребителей. Задача в данной ситуации состоит в том, чтобы привлечь как можно большее количество посетителей благодаря инновационным технологиям формирования впечатлений.

С нашей точки зрения значение продуктов культуры в туризме будет продолжать расти. По мере расширения рынка, увеличения спроса будут появляться соответствующие «продукты», т. е. будет расти предложение, а также будет увеличиваться уровень конкурентоспособности между производителями продуктов культуры и впечатлений. Туристы будут выбирать те впечатления, которые имеют высокое качество, являются уникальными и актуальными для них.

При этом, в процессе формирования культурного продукта в туризме необходимо учитывать следующие факторы: внешние (связанные с причиной выбора места посещения) и внутренние, которые отражают потребности, мотивы, желания туристов (например, приобретение нового опыта и знаний).

В настоящее время существуют две модели культурного туризма: традиционная и современная. Главной особенностью традиционной модели культурного туризма является установка на увеличение количества посещаемых культурных объектов, т. е. турист играет пассивную роль, связанную только с получением информации. Современная модель культурного туризма характеризуется активной ролью туриста, благодаря которой появляется возможность создания запоминающихся впечатлений в их личной жизни. Таким образом, происходит трансформация туриста от пассивного наблюдателя до активного участника, и потребители парадоксально становятся производителями туристского продукта или даже его частью. Следует учитывать, что традиционная модель культурного туризма не осталась в прошлом, и не теряет своей популярности. При создании качественного культурного продукта в сфере туризма в современных условиях стоит уделять особое внимание чувственным переживаниям, поскольку именно они находятся на первом месте у туристов,

наряду с внешними и эстетическими особенностями культурных объектов. Культурный продукт имеет свою потребительскую стоимость, т. е. полезность, или способность удовлетворять определенные потребности людей, которую также необходимо учитывать при его формировании. Потребительская стоимость определяет ценность впечатлений для туриста.

Как отмечает М. Д. Сущинская, потребительская стоимость связана с участием туристов в формировании продукта, осуществляемое по следующим направлениям: ожидание новых впечатлений, участие в производстве впечатлений в процессе посещения культурного объекта, воспоминания туриста, которыми он может поделиться с другими, что усиливает потребительскую ценность культурного продукта¹.

Потребителем туристского продукта является турист. Производители культурных продуктов должны учитывать мотивы и причины, которые побуждают потребителя к выбору того или иного продукта в сфере туризма среди возможных вариантов.

Мотивы культурных туристов могут отличаться, но все они направлены на удовлетворение индивидуальных потребностей путем получения уникальных впечатлений. Новый подход предполагает участие туриста в создании туристских впечатлений. В связи с большим количеством производимых товаров и услуг возрастает уровень конкуренции между производителями. Впечатления оказывают большее влияние на людей, чем просто продукты и услуги. Материальные и нематериальные впечатления обходятся дороже, но имеют большую ценность для потребителя, потому что они запоминаются надолго. Создание впечатлений – это путь выживания производителей в условиях конкуренции. Туризм является самым большим и постоянно растущим источником впечатлений, о которых люди хотят рассказывать. Туристы пока не часто включаются в качестве партнеров в

¹ Сущинская М. Д. Развитие модели туризма впечатлений в культурном туризме // Известия СПбГЭУ. 2012. № 2. С. 108.

процесс создания впечатлений. Поэтому в современных условиях необходимо использовать инновационный подход в туризме, которым может стать совместное производство туристского продукта. Возникает необходимость создания значимой и специфической ценности для индивидуальных потребителей посредством личного взаимодействия с компанией. Сами впечатления совместного производства – основа уникальной ценности для каждого отдельного человека. Этот тип впечатлений отражает личные социальные и культурные ценности индивида. Дома, на работе, в учебе или в процессе общения происходит формирование образа жизни человека (выражающего его скрытые потребности и ценности), который в последующем в определенный момент становится туристом. При формировании такого туристского продукта необходимо учитывать среду обитания и окружение будущего туриста.

Совместное производство впечатлений является новым явлением в экономике впечатлений для туристской индустрии и находится на начальной стадии своего развития. В данном подходе главная роль принадлежит туристам. Совместное производство впечатлений представляет собой активный, творческий и социальный процесс, основанный на сотрудничестве между производителем и потребителем для определения предприятием ценностей и значения для туристов.

Таким образом, туризм в современном мире стал неотъемлемой частью жизни любого человека. Когда турист отправляется в путешествие, то он стремится разнообразить свои впечатления, т. е. туризм можно рассматривать как рынок впечатлений. Эта теория дает возможность по-новому взглянуть на систему формирования культурного продукта в туризме. Впечатления можно рассматривать как фактор успеха для производителей. Возникает новый взгляд на потребительское поведение в концепции впечатлений. У людей появляются новые стремления к еще более уникальным впечатлениям, основанным на их собственном опыте.

В соответствии с новым подходом, особенности производства культурного продукта в туризме связаны с производством впечатлений, с учетом имеющихся ресурсов и факторов, влияющих на данный процесс. Но главная роль здесь отводится потребителю, принимающему участие в производстве культурного продукта в туризме, поэтому важным является формирование такого продукта, который соответствует требованиям и ожиданиям потребителей, мотивирует их и создает положительные впечатления.

В современных условиях развития туристской индустрии изменяется подход к формированию и определению культурного продукта, в соответствии с которым продукт культуры рассматривается как совокупность впечатлений¹. Применение концепции экономики впечатлений в сфере культуры способствует качественному удовлетворению потребностей и увеличению количества посетителей, формированию положительного имиджа, конкурентоспособности и приверженности потребителей, а также развитию туризма.

Таким образом, поскольку в нашем исследовании культурный ландшафт, с одной стороны, включает в себя природные, культурные элементы и объекты наследия, и, в то же время, сам выступает объектом культурного наследия, для его эффективной репрезентации необходимо формирование модели репрезентации культурного ландшафта как объекта культурного наследия средствами туризма, включающей следующие элементы: субъекты, объекты, механизм (включает процессы актуализации и интерпретации), формы, типы, направления и стратегии репрезентации. Модель репрезентации культурного ландшафта как объекта культурного

¹ Белкина С. В. Разработка алгоритма оценки культурного наследия Республики Крым в контексте экономики впечатлений (на примере государственного историко-археологического музея-заповедника «Херсонес Таврический») // Шестой Всероссийский конкурс молодых ученых в области искусств и культуры: сборник работ лауреатов. Москва: Институт Наследия, 2020. С. 1104–1120. – URL: <http://heritage-institute.ru/?books=shestoj-vserossijskij-konkurs-molody> (дата обращения: 19.04.2020).

наследия связана с формированием качественной культурной среды определенного региона, а также развитием перспективных направлений регионального туризма.

Культура в современных условиях рассматривается как фундаментальный ресурс социально-экономического развития. Культурное наследие является неотъемлемой частью культуры. Объектами спроса и предложения на рынке культуры являются продукты культуры, которые представляют собой определенное благо в материальной и нематериальной форме в виде товаров и услуг. Отличительными особенностями культурного продукта является эффект потребления, который выражается в виде впечатлений, а также его уникальность и неповторимость. Культурный продукт создается с учетом имеющихся ресурсов (производства и потребления), реализующих потенциал продуктов культуры. В связи с тем, что потребление культурного продукта связано с получением впечатлений, актуальным становится использование концепции экономики впечатлений как инструмента, способствующего экономическому развитию региона. Несмотря на особенности данной концепции, она может быть применена для объектов культурного наследия с целью повышения их привлекательности, развития индустрии туризма, поскольку наследие становится отдельной индустрией, которая направлена на создание особого продукта для удовлетворения культурных потребностей с учетом имеющихся ресурсов территории.

Культура, культурное наследие и культурно-природный ландшафт являются важным и наиболее востребованным современным ресурсом развития индустрии туризма, способствующим повышению уровня привлекательности и конкурентоспособности страны или региона, улучшению инфраструктуры, сохранению исторического и культурного наследия, реализации культурного и туристского потенциала и т.д. По словам К. Х. Нгуен: «В функциональном плане культурный ресурс выступает как

творческое созидание, являющееся основой инновационного развития общества в современном информационном, глобализирующемся сообществе людей»¹. Следовательно, рассмотрение культуры как ресурсного потенциала дает новые возможности для развития туризма. Индустрия туризма тесно взаимосвязана с наследием: наследие служит ресурсной основой для удовлетворения потребностей туристов, а туризм является наиболее эффективной формой репрезентации и охраны культурного наследия.

¹ Нгуен К. Х. Культура как ресурс развития туризма во Вьетнаме: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора культурологии. Москва, 2013. 34 с.

ГЛАВА 3

ПЕРСПЕКТИВЫ И ИННОВАЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ НА ОСНОВЕ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ

3.1 Перспективы развития регионального туризма в контексте реализации государственной культурной политики

Культурная среда представляет собой «территориально-локализованное предметно-пространственное окружение человека»¹. Среда включает в себя «всё, что обуславливает и наполняет содержанием мировидение человека, формирует его духовный облик» (природные и культурные формы, достижения цивилизации, ландшафт и др.)². Культурная среда сочетает в себе объекты культурного и природного наследия, так же, как и культурный ландшафт. Культурная среда, по мнению А. Я. Флиера, представляет собой «саму культуру во всей ее полноте функций и процессов, форм и содержаний, но рассматриваемую под определенным углом, в ее пространственном воплощении»³. Развитие культурной среды связано со спецификой объектов культурного наследия, которые находятся на определенной территории⁴. К факторам, способствующим формированию среды, можно отнести: исторические поселения и их части, культурные ландшафты и отдельные уникальные объекты наследия⁵.

¹ Словарь музейных терминов // Российская музейная энциклопедия [Сайт]. – URL: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp?41> (дата обращения: 06.04.2020).

² Берестовская Д. С. Культурные ландшафты Крыма: коллективная монография. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2016. С. 6.

³ Флиер А. Я. Культура как среда: опыт аналитического структурирования // Культура культуры. 2014. №1 (1). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kultura-kak-sreda-opyt-analiticheskogo-strukturirovaniya> (дата обращения: 16.04.2020).

⁴ Кусков А. С. Проблема понимания культурных ландшафтов в современной отечественной науке // Вестник ОГУ. 2007. № 10. С. 33.

⁵ Словарь музейных терминов // Российская музейная энциклопедия [Сайт]. – URL: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp?41> (дата обращения: 06.04.2020).

В структуре культурной среды А. Я. Флиер выделяет четыре элемента:

- символическая деятельность (выполняет функции обучения населения нормам необходимого социального поведения; является значимым элементом социального пространства культурной среды, а также формой культуры; связана с процессом и результатами производства символических продуктов, к которым можно отнести вербальные произведения, невербальные художественные произведения, религиозные ритуалы, этнографические ритуалы, военно-политические ритуалы; социально-этикетный церемониал; символика в политической сфере, символика внешнего имиджа человека, различные знаки должностного и чиновного различия, наградные знаки, признаки принадлежности к каким-то организациям и т.д.);
- нормативное социальное поведение (обычаи, церемониальный тип нормативного поведения играет важную роль в формировании и функционировании культурной среды);
- язык (основное средство социальной коммуникации, определяет характер трактовок и интерпретаций информации);
- нравы – средства культурного регулирования социального взаимодействия, к которым можно отнести императивные средства (законы, господствующая идеология, церемонии официального и традиционного характера, обряды, ритуалы, этикет) и конвенциональные средства (этические ценности, мораль, нравственность)¹.

В соответствии с проектом стратегии сохранения культуры и культурно-исторического наследия народов Российской Федерации на период до 2030 года, созданным сотрудниками Института Наследия им. Д. С. Лихачёва, культурная среда рассматривается в широком и узком

¹ Флиер А. Я. Культура как среда: опыт аналитического структурирования // Культура культуры. 2014. №1 (1). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kultura-kak-sreda-opyt-analiticheskogo-strukturirovaniya> (дата обращения: 16.04.2020).

смыслах¹. В узком смысле среда представляет собой пространство общества. В данном социальном пространстве сформированы комфортные условия, необходимые для образования, самообразования, общения, творчества, предполагающие доступ к культурным и информационным ресурсам. В широком смысле среда включает «комплекс идей, ценностей, связанных с ними социальных институтов, культурных предпочтений населения, локализованного в границах определённого пространства, выражающихся в нормах социального поведения людей»². Следует отметить, что в настоящее время Институт наследия осуществляет консультации и даёт рекомендации для регионов относительно формирования «качественной культурной среды как фактора повышения туристской и инвестиционной привлекательности малых городов и исторических поселений»³.

В соответствии с п. 10 Манильской декларации «В» по мировому туризму, принятой Всемирной конференцией по туризму в 1980 г., «развитие туризма как на национальном, так и на международном уровне может внести позитивный вклад в жизнь наций посредством хорошо подготовленного и качественного предложения, защищающего и сохраняющего культурное наследие, ценности туризма и окружающую природную, социальную и человеческую среду»⁴.

Культурное наследие является одним из факторов формирования культурной среды. Туристы видят дестинацию в основном через природные,

¹ Бахревский Е. В., Беспалова Т. В., Закунов Ю. А., Миронов А. С. Стратегия сохранения культуры и культурно-исторического наследия народов Российской Федерации. Проект. Москва: Институт Наследия, 2016. С. 6.

² Там же.

³ Направления работы Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва // Федеральное государственное бюджетное научно-исследовательское учреждение «Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва» [Сайт]. – URL: <http://heritage-institute.ru/?activities=turizm> (дата обращения: 05.04.2020).

⁴ Манильская декларация по мировому туризму (Манила (Филиппины), 27 сентября – 10 октября 1980 года) // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов [Сайт]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/901813698> (дата обращения: 28.04.2020).

культурные объекты. Культурный туризм ориентирован на культурную среду, которая, в свою очередь, может включать в себя культурные и исторические достопримечательности, ценности и образ жизни населения, ремесла, искусство, традиции, обычаи местного населения. Кроме того, культурные туры могут включать посещение и участие в культурных мероприятиях, посещение музеев, выставок, галерей, концертов и т. д. Как отмечает Ю. С. Путрик: «По мере нарастания туристского потока, вызванного культурными мотивациями и тягой к путешествиям в естественных природных условиях, в туристский оборот включается все больше объектов и явлений культурной и природной среды»¹. В данном случае культурное наследие является частью культурной среды, связанной с культурным ландшафтом, являющимся важнейшим ресурсом территориального развития.

Крымский полуостров является неповторимым историческим и культурным заповедником, объекты культурного наследия которого отражают исторические события и культурное многообразие разных народов². В главе 6 Стратегии социально-экономического развития Крыма до 2030 г. отмечено, что планируется создание нового культурного пространства на основании культурного наследия и исторического потенциала полуострова, которые являются его главными ресурсами. В соответствии со стратегией именно культурное достояние Крыма считается основным «элементом идентичности региона, важнейшим фактором формирования отношения к региону, его позиционирования в ряде российских регионов, в Азово-Черноморско-Средиземноморском макрорегионе и в мире»³. В стратегии также отмечена основная цель

¹ Путрик Ю. С. Туризм как фактор сохранения наследия: исторический опыт и традиции // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 311. С. 95.

² Дементьева М. И. Таврида – Крым – Судак (Очерки по истории Крыма и Судака). Симферополь: ООО «Соло-Рич». 2018. С. 7.

³ Закон Республики Крым от 09 января 2017 года № 352-ЗРК «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» // Государственный

формирования нового культурного пространства: «формирование принципиально новой среды, способствующей развитию культурного потенциала населения Республики Крым за счет стимулирования его творческой активности и возникновения новых видов и направлений искусств под влиянием постоянного культурного обмена и взаимного проникновения богатейших культур и традиций многонационального народа Республики Крым»¹. Для формирования новой культурной среды в Крыму необходимо решить следующие стратегические задачи: создать необходимые условия для сохранения культурного наследия (внесение объектов культурного наследия Крыма в Единый государственный реестр и паспорта туристских маршрутов, паспортизация объектов, улучшение их состояния); укрепить материально-техническую базу учреждений культуры; создать необходимые условия для повышения качества доступа населения и гостей к культурным ценностям, освоить современные формы культурно-досуговой деятельности (например, сохранение и развитие традиционных народных художественных промыслов и ремёсел, проведение и участие в различных мероприятиях, ориентированных на интеграцию Крыма в инфраструктуру культурного пространства России, развитие культурного обмена на различных уровнях); сохранять и развивать кадровый потенциал учреждений культуры и искусства; создать и развивать кластер «Креативная индустрия»². Креативный кластер, по мнению С. В. Зеленцовой представляет собой объединение «независимых компаний, связанных общностью территории и отношениями взаимного сотрудничества и конкуренции»³. Среди целевых

Совет Республики Крым [Сайт]. – URL: <http://crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/352z.pdf> (дата обращения: 09.04.2020).

¹ Там же.

² Закон Республики Крым от 09 января 2017 года № 352-ЗРК «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» // Государственный Совет Республики Крым [Сайт]. – URL: <http://crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/352z.pdf> (дата обращения: 09.04.2020).

³ Зеленцова Е. В. Становление и развитие креативных индустрий в современной культуре: анализ зарубежного опыта. Москва, 2008. 30 с.

показателей стратегии, связанных с формированием нового культурного пространства, особо следует выделить увеличение доли объектов культурного наследия до 100%, по которым проводится мониторинг их состояния и использования.

К документам, связанным с формированием культурной среды, следует отнести Постановление Совета министров Республики Крым № 437, принятое 31 августа 2017 года «Об утверждении Государственной программы Республики Крым «Формирование современной городской среды» (вместе с «Государственной программой Республики Крым «Формирование современной городской среды на 2018–2022 годы»)), поскольку развитие городской среды связано с формированием культурной среды¹.

В данном контексте также отметим национальный проект «Культура», принятый Указом Президента РФ №204 от 7 мая 2018 г., включающий три федеральных проекта: «Культурная среда», «Творческие люди», «Цифровая культура»². В его рамках были созданы три региональных проекта: «Культурная среда» – направлен на обеспечение качественно нового уровня развития инфраструктуры культуры; «Творческие люди» – направлен на создание условий для реализации творческого потенциала нации; «Цифровая культура» – направлен на цифровизацию услуг и формирование информационного пространства в сфере культуры³. Данные региональные

¹ Постановление Совета министров Республики Крым № 437 от 31 августа 2017 г. «Об утверждении Государственной программы Республики Крым «Формирование современной городской среды» // Министерство экономического развития Республики Крым [Сайт]. – URL: https://minek.rk.gov.ru/uploads/txteditor/minek/attachments//d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/php4E6bhA_post_SMRK_437-17_18092019.pdf (дата обращения: 16.04.2020).

² Национальный проект «Культура» // Стратегия 24 – общероссийская цифровая платформа [Сайт]. – URL: <https://strategy24.ru/rf/projects/project/view?slug=natsional-nyu-proyekt-kul-tura&category=culture> (дата обращения: 13.04.2020).

³ Паспорта региональных проектов // Министерство культуры Республики Крым [Сайт]. – URL: <https://mkult.rk.gov.ru/ru/structure/2143> (дата обращения: 10.05.2020).

проекты утверждены Проектным комитетом Республики Крым, протокол №2 от 13 декабря 2018 года.

Важной частью культурной среды Крыма являются культурные ландшафты. По мнению Е. Г. Кокориной, на формирование крымских культурных ландшафтов оказывают влияние следующие факторы:

- природные факторы (богатство природной среды Крыма);
- богатая история полуострова (сложность крымских культурных ландшафтов);
- возможное изменение типа культурного ландшафта в некоторых случаях (например, усадьбы Крыма)¹.

В Крыму можно увидеть уникальные сочетания природных и культурных ландшафтов. Например, Генуэзская крепость в г. Судак площадью 30 гектаров, являющаяся уникальным сохранившимся памятником позднего средневековья, расположенным на древнем коралловом рифе, относится к историческим, туристским, заповедным и научно-познавательным ландшафтам. Несмотря на то, что изначально крепость была построена как оборонительное сооружение, в настоящее время она является популярным объектом культурного наследия, являющимся частью культурно-природного ландшафта. На территории музея-заповедника «Судакская крепость» были сняты фильмы («Сократ», «Овод», «Викинг» и др.), а также ежегодно летом (начиная с 2001 года) проводится международный рыцарский фестиваль «Генуэзский шлем»². Алушкинский дворцово-парковый музей-заповедник, находящийся у подножия г. Ай-Петри, можно отнести к дворцово-парковым, усадебным и заповедным

¹ Кокорина Е. Г. Факторы формирования культурных ландшафтов Крыма // Материалы Международной научной конференции в рамках Недели философии в Ялте «Проблемы современного гуманитарного знания и крымский культурный ландшафт». Ялта, 2015. С. 142.

² История музея-заповедника «Судакская крепость» // Музей-заповедник «Судакская крепость» [Сайт]. – URL: <http://sudak-museum.ru/> (дата обращения: 17.04.2020).

культурно-природным ландшафтам¹. Э. Блору (придворный архитектор короля Вильяма IV и королевы Виктории) и его ученику В. Гунту удалось удивительно гармонично вписать здание дворца в окружающий природный ландшафт. Дворец окружает уникальный парк площадью 34 гектара (создатель – потомственный немецкий садовник К. А. Кебах), который считают шедевром садово-паркового искусства. Парк создавался почти 30 лет с учётом особенностей природного ландшафта (климат, растительность, рельеф): были сохранены участки крымского леса и глыбы диабазы, благодаря источникам воды созданы искусственные озёра и каскады, убраны тысячи камней для формирования пейзажных полей и террас.

Культурное наследие и ландшафты Крыма играют ключевую роль в формировании культурной среды. С целью сохранения и трансляции культурного наследия Крымского полуострова необходимо осуществление эффективной региональной культурной политики.

Региональная культурная политика является одним из направлений деятельности современного государства. В соответствии с проектом стратегии сохранения культуры и культурно-исторического наследия народов Российской Федерации на период до 2030 года, созданным сотрудниками Института Наследия им. Д. С. Лихачёва, культурная политика – это целенаправленные действия в лице органов государственной власти Российской Федерации и общественных институтов, «направленные на поддержку, сохранение и развитие всех отраслей культуры, всех видов творческой деятельности граждан России в целях формирования личности и реализации её творческих способностей на основе присущей российскому обществу системы ценностей, укрепления идентичности российского

¹ Государственное автономное учреждение культуры Республики Крым «Алупкинский дворцово-парковый музей-заповедник Воронцовский дворец» // Государственное автономное учреждение культуры Республики Крым «Алупкинский дворцово-парковый музей-заповедник» [Сайт]. – URL: <https://worontsovpalace.org/> (дата обращения: 08.12.2020).

общества и его приоритетного культурного и гуманитарного развития»¹. Политика государства в области культурного развития в соответствии с «Основами законодательства Российской Федерации о культуре» представляет собой комплекс «принципов и норм, которыми руководствуется государство в своей деятельности по сохранению, развитию и распространению культуры, а также сама деятельность государства в области культуры»². Региональную культурную политику, по мнению О. Н. Астафьевой, можно рассматривать как объект прикладной культурологии, а также с точки зрения государственной культурной политики³. Как объект прикладной культурологии культурная политика представляет сферу «комплексных разработок, связанных с обоснованием тех или иных законодательно-правовых и финансово-экономических инструментов реализации культурной политики, организационными и управленческими технологиями, позволяющими решать задачи, вытекающие из целевых установок определенных концепций культурной политики»⁴. В частности, государственная культурная политика рассматривается в качестве особого инструмента стратегического управления государством, определяющего перспективные направления его социально-культурного развития⁵. Кроме того, культурная политика обеспечивает «преемственность культурного развития, учитывает полисубъектность и полиобъектность культурного процесса при регулирующей роли государства, стремится к согласованию интересов, культурной самобытности народов страны в рамках

¹ Бахревский Е. В., Беспалова Т. В., Закунов Ю. А., Миронов А. С. Стратегия сохранения культуры и культурно-исторического наследия народов Российской Федерации. Проект. Москва: Институт Наследия, 2016. С. 5.

² Основы законодательства Российской Федерации о культуре от 09 октября 1992 г. № 3612-1 (ред. от 30.04.2021) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1870/ (дата обращения: 10.04.2020).

³ Астафьева О. Н. Культурная политика: теоретическое понятие и управленческая деятельность: лекции. Москва: РАГС, 2010. С. 15, 21.

⁴ Там же. С. 15.

⁵ Там же. С. 21.

единого культурного пространства»¹. Охрана и трансляция культурного наследия являются частью культурной политики.

Сохранность объектов культурного наследия и развитие туризма основаны на эффективном партнерстве организаций в данных сферах. Как отмечает Ю. С. Путрик, необходимо формирование качественной политики. По словам автора, данная политика должна проводиться по следующим направлениям: сохранение наследия и развитие туризма; разработка перспективных направлений туристского использования культурного и природного наследия; прогнозы и рекомендации относительно перспектив развития индустрии туризма в районах с большим количеством объектов наследия; применение современных туристских технологий в учреждениях культуры, необходимых не только для осуществления коммерческой деятельности, но и сохранения данных объектов; разработка региональных проектов и программ развития туризма с использованием культурного потенциала определенных территорий; консультационная и информационная работа для субъектов туристского бизнеса².

В соответствии с Законом Республики Крым от 11 сентября 2014 года №68-ЗРК «Об объектах культурного наследия в Республике Крым» регулируются отношения, связанные с использованием, популяризацией, сохранением и государственной охраной объектов регионального, местного (муниципального) значения, а также выявленных объектов культурного наследия Республики Крым³. Отношения, касающиеся объектов культурного

¹ Горлова И. И., Бычкова О. И., Костина Н. А. Методические аспекты аксиологического анализа эффективности реализации региональной культурной политики // Культурное наследие России. 2017. № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-aspekty-aksiologicheskogo-analiza-effektivnosti-realizatsii-regionalnoy-kulturnoy-politiki> (дата обращения: 07.04.2021).

² Путрик Ю. С. Туризм как фактор сохранения наследия: исторический опыт и традиции // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 311. С. 99.

³ Закон Республики Крым от 11 сентября 2014 г. №68-ЗРК «Об объектах культурного наследия в Республике Крым (ред. от 27.12.2019) // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/23702452/> (дата обращения: 29.04.2020).

наследия федерального значения, регулируются законодательством Российской Федерации¹. Концепция развития музейного дела в Республике Крым на период до 2030 года, принятая 28 апреля 2017 года, направлена на обеспечение сохранности и приумножение культурного наследия полуострова². Целью данной концепции является определение перспективных направлений развития музейного дела, а также «деятельности музеев как культурной институции, обеспечивающей сохранение и публичное представление богатейшего историко-культурного наследия региона, укрепление места и социальной значимости в обществе, воспитание патриотизма на основе духовных и культурных традиций народов Крыма, формирование и укрепление туристического имиджа полуострова»³. В Крыму действует Государственная программа Республики Крым «Развитие культуры, архивного дела и сохранение объектов культурного наследия Республики Крым», включающая три подпрограммы, среди которых следует выделить Подпрограмму 2 под названием «Сохранение объектов культурного наследия Республики Крым», предполагающую создание необходимых условий для обеспечения сохранности объектов культурного наследия полуострова⁴. В «Государственной программе развития курортов и туризма в Республике Крым» (утверждена Постановлением Совета министров Республики Крым № 650 от 29.12.2016 г.) отмечено, что огромный природно-климатический и историко-культурный потенциал

¹ Там же.

² Приказ Министерства культуры Республики Крым от 28 апреля 2017 года № 109 «Об утверждении “Концепции развития музейного дела в Республике Крым на период до 2030 года”» // Министерство культуры Республики Крым [Сайт]. – URL: <https://mkult.rk.gov.ru/document/show/201>(дата обращения: 14.05.2020).

³ Там же.

⁴ Постановление Совета министров Республики Крым от 31 января 2017 № 28 «Об утверждении Государственной программы Республики Крым "Развитие культуры, архивного дела и сохранение объектов культурного наследия Республики Крым" и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета министров Республики Крым» (ред. от 19.09.2019) // Министерство экономического развития Республики Крым [Сайт]. – URL: https://minek.rk.gov.ru/uploads/txteditor/minek/attachments//d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/phpiahp4K_post_SMRK_28-17_19092019.pdf (дата обращения: 08.05.2020).

Крыма является основой для развития курортной и туристской сферы¹. Государственная программа Республики Крым «Охрана окружающей среды и рационального использования природных ресурсов Республики Крым» (принята Постановлением Совета министров Республики Крым № 619 от 22.11.2017 г.)² играет важную роль в сохранении культурного наследия, поскольку в качестве объекта культурного наследия выступает культурный ландшафт, включающий в себя взаимосвязанные природные и культурные элементы.

Крымский полуостров обладает уникальным культурным потенциалом. В Крыму развиты практически все виды туризма, в том числе и культурный. Для успешного развития культурного туризма необходима реализация туристского потенциала с помощью имеющихся ресурсов, основу которых составляет культурное наследие. В государственном комитете по охране культурного наследия Республики Крым представлена информация, о том, что на территории полуострова находится 219 объектов культурного наследия федерального значения, 1827 объектов культурного наследия регионального значения, 2536 выявленных объектов культурного наследия, 30 выявленных объектов культурного наследия, расположенных в акватории Черного моря, прилегающей к территории Республики Крым, что в общем составляет 4582 объекта культурного наследия³. По другим данным в Крыму насчитывается около 11500 культурных, архитектурно-исторических,

¹ Государственная программа развития курортов и туризма в Республике Крым // Портал МСП Республики Крым [Сайт]. – URL: <https://business.rk.gov.ru/content/strategiya-razvitiya-kryima/gosudarstvennyye-programmy-respubliki-krym> (дата обращения: 03.05.2020).

² Постановление Совета министров Республики Крым от 22 ноября 2017 г. № 619 «Об утверждении Государственной программы Республики Крым "Охрана окружающей среды и рационального использования природных ресурсов Республики Крым"» (ред. от 12.11.2019) // Министерство экономического развития Республики Крым [Сайт]. – URL: https://minek.rk.gov.ru/uploads/txteditor/minek/attachments//d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/phpQItrqH_post_SMRK_619-17_12112019.pdf (дата обращения: 04.05.2020).

³ Деятельность Государственного комитета по охране культурного наследия Республики Крым // Государственный комитет по охране культурного наследия Республики Крым [Сайт]. – URL: <https://gkokn.rk.gov.ru/ru/index> (дата обращения: 12.04.2020).

военно-исторических объектов¹. А это означает, Крым имеет все необходимые культурные ресурсы для развития разнообразных видов культурного туризма (военно-исторического, этнографического, археологического, религиозного, литературного и др.)².

На современном этапе в Крыму создаются и реализуются проекты, направленные на сохранение объектов культурного наследия (например, осуществляется реставрация Ханского дворца в г. Бахчисарае), развитие культурно-познавательного туризма и формирование благоприятного имиджа региона. Так, в рамках 24-го Международного форума-выставки по туризму «ОТДЫХ 2018», проходившего в г. Москве, руководителями ведомств Краснодарского края, Республики Крым, г. Севастополя, Ростовской области и Русского географического общества было подписано соглашение о реализации глобального на Юге России туристического проекта «Золотое кольцо Боспорского царства»³. Одним из довольно значимых проектов является «Южный берег Крыма – территория Всемирного наследия», сутью которого является организация экспертной и общественной кампании, направленной на придание Южному берегу Крыма (от мыса Айя близ Фороса до Алушты) статуса комплексного объекта культурного и природного наследия Российской Федерации и в перспективе – объекта Всемирного наследия⁴. Также улучшается уровень информационного обеспечения (например, при поддержке Министерства

¹ Закон Республики Крым от 09 января 2017 года № 352-ЗРК «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» // Государственный Совет Республики Крым [Сайт]. – URL: <http://crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/352z.pdf> (дата обращения: 09.04.2020).

² Соловьёв А. А., Гарбуз Е. В. Проблемы и перспективы культурного туризма в Крыму // Геополитика и экогеодинамика регионов. 2015. Вып. 1. С. 53–61.

³ Министерства по туризму южных регионов России и РГО начали развивать проект «Золотое кольцо Боспорского царства» // Проект «Золотое кольцо Боспорского царства» [Сайт]. – URL: <https://www.russian-bospor.ru/page3594806.html> (дата обращения: 10.04.2020).

⁴ Проект «Южный берег Крыма – территория Всемирного наследия» // Фонд президентских грантов [Сайт]. – URL: <https://xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn--p1ai/public/contest/directions/culture> (дата обращения: 11.04.2020).

курортов и туризма Республики Крым функционирует туристический интернет-портал на трех языках: русском, английском и китайском)¹. Помимо этого, с целью формирования благоприятного имиджа и продвижения туристского продукта был создан туристский бренд Крыма². В Симферополе построили уникальный по своей красоте аэропорт им. Айвазовского. Еще недавно транспортное сообщение с материком было затрудненным. Сейчас же, с открытием моста и новой трассы «Тавриды», проблема решена, осуществился запуск поездов, что увеличило поток туристов. Мост, трасса, аэропорт, новые проекты, множество фестивалей и мероприятий – все это свидетельствует о положительных тенденциях развития Крыма на современном этапе, что также способствует развитию всех видов туризма, включая и культурно-познавательный.

Для реализации культурной политики необходима репрезентация материального и нематериального культурного наследия. Важное значение для дальнейшего развития индустрии туризма в Крыму имеет репрезентация его нематериального культурного наследия на общегосударственном и мировом уровнях. Это обусловлено тем, что «с каждым уходящим поколением задача воспроизведения, фиксации и трансляции культурных практик, представляющих собой нематериальное культурное наследие, многократно усложняется, а в некоторых случаях становится практически невозможной для исполнения»³. Кроме того, «заложенный в нем потенциал позволяет найти решение целого ряда возникающих проблем, касающихся образовательно-воспитательной, социально-экономической и культурно-

¹ Туристический портал Республики Крым: [сайт]. – URL: <http://www.visiterimea.guide/> (дата обращения: 12.04.2020).

² Туристский бренд Крыма // Министерство курортов и туризма Республики Крым [Сайт]. – URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/896> (дата обращения: 10.04.2019).

³ Андрущенко И. А. Сохранение культурного наследия как приоритетная задача региональных стратегий культурной политики // Культура народов Причерноморья с древнейших времён до наших дней: Материалы конференции. XLII Международные научные чтения. Симферополь: Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, 2017. С. 27–28.

экологической сфер развития современного общества»¹. В связи с чем, становится актуальным вопрос включения объектов нематериального наследия полуострова в Репрезентативный список мирового нематериального культурного наследия. Данный список должен постоянно актуализироваться и использовать новые формы репрезентации нематериального культурного наследия в современных условиях развития, но при этом сохранять самобытность и уникальность территории. Также репрезентацией и сохранением нематериального культурного наследия занимается международная неправительственная организация «Лига исторических городов». В нашей стране создан электронный каталог нематериального культурного наследия народов России при поддержке Министерства культуры РФ².

Крым обладает богатым нематериальным культурным наследием, для репрезентации которого можно использовать, например, культурно-исторические события, способствующие приобщению туристов к нематериальному культурному наследию и развитию событийного туризма (например, военно-исторический фестиваль на Федюхиных высотах в Севастополе, на котором проводились реконструкции знаменитых сражений, проходивших на данной территории, мастер-классы по освоению древних ремесел, создавались тематические площадки, посвященные определенным историческим эпохам Крыма), а также культуру народов Крыма. Поскольку основной мотивации туристов является богатство традиций, они стремятся узнать о новых культурах как можно больше. Например, представляют

¹ Зенкова Е. А., Акоева Н. Б. Актуализация традиций в современном обществе как фактор сохранения нематериального культурного наследия // Культурная жизнь Юга России. 2020. № 4 (79). С. 131.

² О проекте «Реестр (каталог) объектов нематериального культурного наследия народов Российской Федерации» // Электронный каталог нематериального культурного наследия народов России [Сайт]. – URL: <http://www.rusfolknasledie.ru/ih/ih/html/documents.shtml?179966> (дата обращения: 17.04.2020).

особый интерес в Крыму находящиеся под угрозой исчезновения уникальные этносы караимов и крымчаков.

Являясь приоритетным сектором экономического и социального развития в России, туристская индустрия способствует повышению уровня привлекательности и конкурентоспособности регионов¹. В этой связи в современных условиях становится особо актуальным определение роли туризма в формировании благоприятной имиджевой региональной политики, которая является частью культурной политики².

Всесторонний анализ развития территорий, как отмечают В. М. Белоусов и Н. З. Губнелова, «помимо социально-экономических, политических и социокультурных проблем, включает разноаспектные символические составляющие, представленные феноменами регионального имиджа и региональных брендов»³. Имидж региона, по мнению А. М. Сузи, представляет собой его «стереотипизированный образ <...> в массовом сознании, формируемый под влиянием как целенаправленных усилий регионального сообщества, так и не зависящих от него потоков информации»⁴. Также имидж региона можно рассматривать как определенный образ, формируемый в сознании человека, на который оказывает влияние информация, поступающая из внешней среды. Например, И. Я. Рожков считает, что «на формирование имиджа государства, региона

¹ Белкина С. В. Место индустрии туризма в формировании имиджевой политики региона // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России: Материалы I Всероссийской с международным участием научной конференции. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2018. С. 304–307.

² Там же.

³ Белоусов В. М. Губнелова Н. З. Бренд региона как аспект его экономической идентичности // Крымский научный вестник. 2016. № 6 (12). С. 51.

⁴ Сузи А. М. Формирование современного имиджа российских регионов (на примере Республики Карелия): политологический аспект: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук. Москва, 2015. 25 с.

вливают не столько объективные показатели его состояния, воплощенные в цифрах и фактах, сколько неосозаемые – ассоциации, мифологемы»¹.

Синонимичным понятием, употребляемым наряду с понятием региона, является концепт «территория», имидж которой, по мнению О. В. Понукалиной и Л. В. Логиновой, «широко применяемый инструмент, стимулирующий территориальное развитие, способствующий повышению узнаваемости, привлекательности территории и ее популяризации, как среди местных жителей, так и среди гостей, туристов, инвесторов»².

Таким образом, имидж региона используется как инструмент инвестиционной привлекательности и конкурентный ресурс. Он формируется на основании территориального потенциала, например, туристских ресурсов (природных, культурных, рекреационных и т.д.). Анализируя потенциал Крыма, отметим, что он имеет все необходимые ресурсы для развития новых видов туризма: кинотуризма, гастрономического, военно-патриотического, экстрим-туризма, подводного, конного, этнографического, культурного и др. В Крыму создаются перспективные проекты, направленные на формирование его благоприятного имиджа.

Необходимо отметить, что уникальность и неповторимость каждого региона лежит также в основе процесса брендинга его территорий, поскольку оно рассматривается как «отображение собственной идентичности, то “свои” символы, ценности создают привлекательность для

¹ Рожков И. Я. Бренд-имидж региона в контексте бренд-имиджа страны // Актуальные проблемы социально-экономического развития Российской Федерации: бренд региона: материалы Всероссийской научно-практической конференции. Улан-Удэ: ВСГУТУ, 2008. С. 6.

² Понукалина О. В., Логинова Л. В. Имидж территории в контексте повышения туристской привлекательности региона // Вестник Волгоградского государственного университета. Сер. 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2016. № 1 (31). С. 70.

туристов и поднимают чувство самосознания местного населения»¹. Бренд региона, по мнению А. М. Сузи, рассматривается как «притягательный образ региона, мотивирующий человека взаимодействовать с данным регионом»². Эффективный бренд дает возможность показать уникальность, неповторимость региона, а также находит поддержку у потребителей и населения, способствуя повышению уровня его конкурентоспособности. Как отмечает В. П. Гриценко: Модернизационная политика брендинга территорий сопряжена совершенно с нетрадиционным подходом к сохранению исторического природного и культурного наследия территорий»³. По мнению В. М. Белоусова и Н. З. Губнеловой, «бренд региона является инструментом реализации стратегии развития территории, аккумулируя интересы его населения, инвесторов, бизнеса и власти, и ориентирован на повышение жизненной мотивации жителей региона, роста их благосостояния и благополучия»⁴.

Знаменитый специалист в области брендинга С. Анхольт, в рамках предложенного им комплексного подхода к брендингу территорий (в исследованиях также употребляются такие названия, как «концепция конкурентной идентичности» и «шестиугольник Анхольта»), определил шесть элементов современного бренда территории, к которым относятся туризм, политика, культура и наследие, население, экспортируемые бренды,

¹ Нельзина О. Ю., Огороков А. В., Поляков Т. П. Тематические парки как учреждения музейного типа: проблемы и перспективы. Москва: Институт Наследия, 2019. С. 30.

² Сузи А. М. Формирование современного имиджа российских регионов (на примере Республики Карелия): политологический аспект: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук. Москва, 2015. 25 с.

³ Гриценко В. П. Брендинг территорий в контексте новой стратегии культурного развития Российской Федерации // Вестник Краснодарского государственного института культуры. 2016. № 2 (6). – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26415116> (дата обращения: 25.03.2021).

⁴ Белоусов В. М. Губнелова Н. З. Бренд региона как аспект его экономической идентичности // Крымский научный вестник. 2016. № 6 (12). С. 52.

инвестиции и иммиграция¹. В соответствии с данным подходом, важными элементами формирования бренда Крыма являются туристский потенциал и культурное наследие, которые тесно связаны с формируемой политикой (в том числе имиджевой), уровнем миграции, инвестициями, направленными на развитие существующей инфраструктуры и т.д. А. В. Овруцкий отмечает, что «практически все крупные бренды, вне зависимости от сегмента рынка, начали активно формировать программы брендового туризма»². По мнению, Д. Ю. Никитиной, бренд туристской территории является «вершиной пирамиды включенных брендов»³.

Имиджевая политика разрабатывается, как правило, представителями органов государственной власти. В Министерстве внутренней политики, информации и связи Республики Крым функционирует отдел имиджевой политики, основной задачей которого является формирование и продвижение позитивного образа Крыма. Одним из важных направлений продвижения туристского продукта Республики Крым на международном и внутреннем туристских рынках в рамках Государственной программы развития курортов и туризма в Крыму является создание бренда. Министерством курортов и туризма Крыма на конкурсной основе был утвержден туристский бренд Крыма, состоящий из трех частей: платформа бренда, айдентика бренда и концепция продвижения бренда, главная идея которого отражена в слогане: «Я. Крым. Точка притяжения», включающем два эмоциональных уровня. Первый уровень – «Я. Крым», в основе которого лежит многогранная

¹ Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions / S. Anholt. N.Y.: Palgrave Macmillan, 2007. P. 26.

² Овруцкий А. В. Туристические практики: от информации к впечатлениям // Сервис в России и за рубежом. 2016. № 8 (69). С. 101.

³ Никитина Д. Ю. Бренд туристской дестинации – вершина пирамиды включенных брендов // Брендинг как коммуникативная технология XXI века: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2016. С. 205.

персонализация: персонализация самого Крыма, гостя и крымчанина¹. В концепции экономики впечатлений, по мнению Дж. Пайна и Дж. Гилмора, именно массовая персонализация является «эффективным инструментом повышения потребительской ценности»². Благодаря персонализации туристы смогут получать яркие, незабываемые и уникальные впечатления, связанные с Крымом. Второй уровень – «Точка притяжения» – символизирует так называемые «крымские магниты», т.е. потенциал Крыма (например, исторические, природные, культурные, событийные магниты). Туристский бренд Крыма является частью его имиджевой политики и будет способствовать повышению уровня инвестиционной привлекательности и конкурентоспособности.

Таким образом, региональная культурная политика Крыма тесно связана с индустрией туризма и направлена на раскрытие огромного культурного потенциала полуострова на основании имеющихся культурных и природных ресурсов. Благодаря культурной политике Крыма осуществляется репрезентация объектов материального и нематериального культурного наследия в индустрии туризма на общегосударственном и мировом уровнях, проводится работа, связанная с формированием положительного имиджа и развитием брендового туризма, разрабатываются перспективные направления туристского использования культурного и природного наследия, региональные проекты и программы развития туризма и сохранения культурного наследия. Реализация культурной политики Крыма будет способствовать повышению уровня привлекательности и конкурентоспособности региона, сохранению культурного наследия, снижению уровня сезонности, сохранению самобытности культуры и

¹ Туристский бренд Крыма // Министерство курортов и туризма Республики Крым [Сайт]. – URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/896> (дата обращения: 10.04.2019).

² Пайн Дж., Гилмор Дж. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. Москва: Вильямс, 2005. 171 с.

уникальности территории, что позволит полуострову перейти на новую ступень развития.

В рамках устойчивого государственного развития с помощью культуры особую значимость приобретает, в частности, экономический потенциал сохранения и трансляции культурного наследия. Выступая в роли неотъемлемого компонента региона, культурное наследие содействует созданию его аттрактивности, повышению качества культурной среды, созданию туристского бренда, развитию творческих кварталов и кластеров, развитию культурного туризма, индустрии гостеприимства и сопутствующей инфраструктуры, привлечению инвестиций¹.

Сохранение культурного наследия В. Ю. Музычук рассматривает не только с точки зрения культурной и исторической ценности объектов наследия, но и как значимый ресурс социально-экономического развития территорий, отмечая, что культурное наследие может стать «драйвером регионального развития, своего рода “градообразующим предприятием” или культурным кластером для целого ряда территорий, имеющих, но не использующих в полной мере богатейший потенциал культурного наследия»². В связи с чем, исследователь рассматривает культурное наследие в следующих значениях: удовлетворение культурных и эстетических потребностей, сохранение культурного наследия для будущих поколений, стратегический ресурс социально-экономического развития, фактор национальной идентичности, важный элемент улучшения качества жизни отдельного человека и общества в целом, драйвер системы местного самоуправления и территориального развития.

¹ Музычук В. Ю. Общественная поддержка культурной деятельности в рыночной экономике: вопросы теории и практики: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора экономических наук. Москва, 2013. 50 с.

² Музычук В. Ю. Сохранение культурного наследия в контексте социально-экономического развития России // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2017. № 2. С. 8.

Кластерный подход как механизм реализации региональной культурной политики в области сохранения и трансляции культурного наследия Крыма

Культурные ландшафты и культурное наследие Крыма в современных условиях являются основой для развития регионального туризма. С целью сохранения и трансляции культурного наследия необходимо применение не только междисциплинарного, но и межведомственного подхода. Это становится возможным благодаря взаимодействию местных органов власти, жителей, учреждений культуры и других заинтересованных в данных вопросах сторон. Как отмечает Ю. С. Путрик: «В мире накоплен весьма обширный опыт регулирования на национальном (государственном) и местном уровнях взаимоотношений между туристской индустрией и объектами культурного и природного наследия, в результате чего объекты не только сохраняются, но и возрождаются, приобретают новые аспекты своего существования, использования и развития»¹. На региональном уровне осуществление данного взаимодействия и управлением данными процессами возможно осуществлять с помощью кластеров, являющихся эффективной формой объединения учреждений и организаций в пространстве, а также имеющей «особый принцип управленческой коммуникации, ориентирующий на сближение целей и задач всех участвующих в нем субъектов»². Исследователь И. В. Октябрьская отмечает: «Единство и разнообразие являются характеристиками мирового и национального культурного наследия, которое оценивается как основа самосохранения и поступательного устойчивого развития на основе межкультурного диалога»³.

¹ Путрик Ю. С. Туризм как фактор сохранения наследия: исторический опыт и традиции // Вестник Томского государственного университета. 2008. № 311. С. 96.

² Астафьева О. Н., Горенкин В. А., Швецова А. В. Социокультурная политика Российской Федерации: стратегии, уровни, инновации: монография. Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2019. С. 95.

³ Октябрьская И. В. Концепция культурного наследия: мировой и российский опыт формирования // Вестник НГУ. 2013. № 3. С. 30.

Автор полагает, что обращение к культурному наследию способствует сплочению современного российского общества.

Для устойчивого развития регионального туризма в Крыму необходимо применение кластерного подхода, обеспечивающего инновационное развитие и конкурентоспособность территории. Кластеры эффективно функционируют на основании государственно-частного партнёрства. В соответствии со стратегией социально-экономического развития Республики Крым к 2030 году предполагается создание 7 кластеров: судостроительный, химический, агропромышленный биотехнологический, медико-биологический, ИТ, креативный и туристический¹. В дальнейшем на основании стратегии социально-экономического развития было принято Распоряжение Совета министров Республики Крым от 28 июня 2019 года № 774-р «Об утверждении стратегии развития туристического кластера Республики Крым»². В стратегии кластер представляет группу взаимосвязанных и взаимодополняющих друг друга организаций, находящихся на определённой территории. Организации усиливают конкурентные преимущества отдельных предприятий, а также всего кластера. Главным подходом в развитии туризма в Российской Федерации и в Крыму, в частности, является кластерное развитие³. В Крыму начиная с 2014 года в рамках федеральной целевой программы «Социально-экономическое развитие Республики Крым и г. Севастополя до 2020 года»

¹ Закон Республики Крым от 09 января 2017 года № 352-ЗРК «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» // Государственный Совет Республики Крым [Сайт]. – URL: <http://crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/352z.pdf> (дата обращения: 09.04.2020).

² Распоряжение Совета министров Республики Крым от 28 июня 2019 года № 774-р «Об утверждении стратегии развития туристического кластера Республики Крым» // Правительство Республики Крым [Сайт]. – URL: https://rk.gov.ru/document/show/2019_07_19_09_56_rasporiazhenie_soveta_ministrov_respubliki_krym_ot_28_iyunia_2019_goda_774_r_ob_utverzhdanii_strategii_razvitiia_turisticheskogo_klas (дата обращения: 03.04.2020).

³ Закон Республики Крым от 09 января 2017 года № 352-ЗРК «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» // Государственный Совет Республики Крым [Сайт]. – URL: <http://crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/352z.pdf> (дата обращения: 09.04.2020).

создаются следующие туристско-рекреационные кластеры: «Детский отдых и оздоровление» в г. Евпатории, «Лечебно-оздоровительный отдых» в г. Саки, «Черноморский», «Коктебель» и кластер в районе озера Чокракское»¹. В стратегии отмечено, что актуализация и сохранение культурного наследия является важным фактором, способствующим развитию туризма, являющегося приоритетным направлением региональной экономики. Туристско-рекреационные кластеры будут способствовать интеграции многих элементов, среди которых следует выделить следующие: объекты культурного наследия и природные комплексы, средства размещения, туристские предприятия, предприятия питания, индустрия развлечений, транспорт, финансовая инфраструктура и т. д.². На базе НО «Крымский государственный фонд поддержки предпринимательства» был создан Центр кластерного развития Республики Крым, к основным услугам которого относятся создание кластерных проектов (маркетинговые исследования, технико-экономическое обоснование, бизнес-планы, правовые консультации), продвижение проектов (создание бренда, позиционирование, информационные кампании, организация участия в выставках, сертификация, правовые консультации), обучение (тренинги, семинары, круглые столы, вебинары по запросу)³. При этом, в стратегии отмечено, что «культурная и туристская функции Республики Крым являются системообразующими для региона, и их значение неизбежно будет возрастать в будущем»⁴. К проблемам развития сферы культуры в Крыму в соответствии со стратегией необходимо отнести: уровень доступности

¹ Там же.

² Там же.

³ Услуги центр кластерного развития Республики Крым // Центр кластерного развития Республики Крым [Сайт]. – URL: <https://business.rk.gov.ru/funds/ckr#home> (дата обращения: 12.04.2020).

⁴ Закон Республики Крым от 09 января 2017 года № 352-ЗРК «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» // Государственный Совет Республики Крым [Сайт]. – URL: <http://crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/352z.pdf> (дата обращения: 09.04.2020).

культурных благ для местных жителей, состояние многих объектов культурного наследия, культурная активность населения и др.¹.

В рамках государственной программы развития курортов и туризма в Крыму отмечено, что для преодоления фактора сезонности необходимо развивать новые виды туристских продуктов. Среди видов туризма, не подверженных сезонным изменениям, выделен также и культурно-познавательный туризм². Развитию данного вида туризма будет способствовать создание двух кластеров (туристско-рекреационный, креативная индустрия), представленных в стратегии социально-экономического развития Крыма до 2030 года³. В соответствии со стратегией Крым имеет огромный капитал (культурный, исторический, событийный, человеческий), необходимый для развития креативных индустрий⁴. Данный кластер будет включать субъекты в различных видах экономической деятельности (образование, реклама, кино, индустрия игр, архитектура, дизайн, искусство, ремесла). Креативные элементы кластера могут быть использованы в различных отраслях региона, в том числе в туризме. В Крыму был создан арт-кластер «Таврида», представляющий собой платформу, объединяющую на одной территории форум молодых деятелей культуры и искусств «Таврида», фестиваль фестивалей «Таврида – АРТ», арт-парк и образовательный центр «Арт-резиденция «Таврида»⁵. В августе 2019 года впервые прошел фестиваль, объединивший все направления искусства (во время фестиваля прошло 834 события, в нём приняли участие

¹ Там же.

² Государственная программа развития курортов и туризма в Республике Крым // Портал МСП Республики Крым [Сайт]. – URL: <https://business.rk.gov.ru/content/strategiya-razvitiya-kryima/gosudarstvennyye-programmy-respubliki-krym> (дата обращения: 03.05.2020).

³ Закон Республики Крым от 09 января 2017 года № 352-ЗРК «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» // Государственный Совет Республики Крым [Сайт]. – URL: <http://crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/352z.pdf> (дата обращения: 09.04.2020).

⁴ Там же.

⁵ Арт-кластер «Таврида». Уникальная экосистема проектов // Арт-кластер «Таврида» [Сайт]. – URL: <https://tavrida.art/> (дата обращения: 05.05.2020).

4000 молодых творцов из 82 субъектов Российской Федерации, мероприятие посетили 92000 человек)¹. В 2020 году фестиваль фестивалей «Таврида – АРТ» прошел в онлайн- и офлайн-форматах. В нем приняли участие 2 000 молодых деятелей культуры (резиденты арт-кластера «Таврида» и представители креативных сообществ со всей страны) и зрители (3 000 молодых ребят из Республики Крым и Севастополя).

С целью повышения эффективности реализации кластерного подхода в Крыму возможно использование в качестве действенного инструмента концепции экономики впечатлений, для применения которого необходимо разработать соответствующий алгоритм оценки впечатлений посетителей объектов культурного наследия.

3.2 Инновационный потенциал алгоритма оценки культурного наследия в региональном туризме (на примере Крыма)

Проблема оценки культуры, культурного наследия (как части культурного ландшафта и среды) является актуальной в современных условиях, поскольку, с одной стороны, культурные ресурсы имеют особую ценность, связанную с удовлетворением духовных потребностей общества (местного населения, туристов), а с другой стороны, оценка экономической ценности наследия является важной частью культурной политики, связанной с реализацией кластерного подхода, сохранением наследия и необходимостью устойчивого использования культурных ресурсов. В свою очередь, кластерный подход применим для оценки возможностей управления культурной средой, а также выявления её ресурсного потенциала. Основываясь на вышеуказанном утверждении, оценка культурной среды как важной части культуры рассматривается как ресурсный потенциал,

¹ Там же.

необходимый для устойчивого социально-экономического развития регионов. В данном аспекте наиболее востребованной методологией оценки ресурсности культуры выступает концепция креативной экономики или экономики впечатлений, представляющей новый подход, основанный на удовлетворении потребностей благодаря созданию ярких и незабываемых эмоций, переживаний, с которыми связана специфика потребления культурного продукта.

В связи с тем, что эффект потребления культурного продукта выражается в виде эмоциональных переживаний, становится актуальным применение концепции экономики впечатлений в качестве инструмента, способствующего экономическому развитию региона на основе имеющихся культурных ресурсов. Выбор данной концепции также обусловлен тем, что в настоящее время актуальным является подход, ориентированный на потребителя, для удовлетворения культурных запросов которого необходимо изучать не только спрос, но и оценивать его впечатления. Исследование посетителей способствует более полному удовлетворению их потребностей и повышению привлекательности объекта культурного наследия.

Объекты культурного наследия предназначены для широкого круга потребителей, то есть они относятся к категории общественных благ. Задача любого ученого, занимающегося проблемами повышения привлекательности объекта культурного наследия, состоит в увеличении количества не случайных, но постоянных посетителей благодаря их положительным впечатлениям. В настоящее время посетители хотят получить нечто большее от просмотра объекта культурного наследия. Поэтому особое внимание необходимо уделить ценности культурного продукта (объекта наследия) для потребителя, главной частью которой являются именно впечатления. В результате, складывается ситуация, когда возникает необходимость разработки концептуального алгоритма для оценивания впечатлений посетителей культурного объекта.

Экономическую оценку культурного наследия в культурологическом дискурсе можно рассматривать в контексте его использования как частного блага и значимости в качестве общественного блага¹. В данном аспекте для оценки культурного наследия применяются следующие подходы²:

1) Макроэкономический анализ, в рамках которого осуществляется оценка доходов и расходов в сфере охраны культурного наследия в экономике отдельного государства, а также рассчитывается его вклад в ВВП страны.

2) Метод условной оценки, предполагающий выявление готовности платить за предоставление и сохранение общественного блага с помощью различных опросов. В русле проводимого исследования будут использоваться методы условной оценки культурного наследия, но в контексте экономики впечатлений. Подобно экспериментам под названием «Синема» и «Театрон» о смене правил оплаты в культуре, проведенным Фондом «Прагматика культуры», идея которых принадлежит А. Долгину, представляется целесообразным применение данного метода для оценки впечатлений при посещении объектов культурного наследия. Данные эксперименты проводились в театрах и кинотеатрах, где у зрителей была возможность оценить полученные впечатления после просмотра спектакля или кино в денежном выражении: если впечатление было положительным, то зрители за него доплачивали, а если нет – возвращали некоторую сумму, которая находилась в конверте в размере 60 рублей. Шкала оценивания была от -50 рублей до +50 рублей. Если участник забирал всю сумму, то анкета аннулировалась³. Результаты проведенного исследования показали, что третьей части зрителей данное исследование понравилось, четвертой части

¹ Музычук В. Ю. Сохранение культурного наследия в контексте социально-экономического развития России // Вестник Института экономики Российской академии наук. 2017. № 2. С. 8–31.

² Там же.

³ Долгин А. Б. Экономика символического обмена. Москва: Инфра-М, 2006. 632 с.

нет, а остальная часть не смогла дать однозначного ответа. Деньги дают большие возможности, чем баллы при оценивании впечатлений, поскольку соответствуют условиям быстроедействия (более простая и быстрая обработка данных), релевантности, добровольности (своеобразный стимул для потребителя оценивать честно и ответственно), наглядности (осуществление оценки только после посещения культурного объекта) и экономичности (низкие затраты на проведение исследования). Данный эксперимент проводился в 5 кинотеатрах (9 фильмов) и более 13 театрах (24 разных спектакля)¹. Методика условной оценки применима не только для данных учреждений, но и для объектов культурного наследия.

3) Исследования влияния или воздействия, с помощью которых определяется экономическая эффективность культурного наследия с точки зрения доходов, связанных с сохранением объектов культурно-исторической недвижимости (например, ремонтно-реставрационные работы, способствующие привлечению инвестиций, созданию новых рабочих мест, развитию культурного туризма и сопряженных отраслей).

Отметим, что существуют различные методики и методы по оценке ценности объектов культурного наследия. Например, методика С. В. Зеленовой, основанная на определении категории историко-культурной ценности объектов историко-архитектурного наследия (уникальный, особо ценный, ценный, рядовой, средовой) на основе ранжирования баллов по разработанным критериям с учетом различных областей (исторической, архитектурно-градостроительной и культурологической)². Например, в культурологической области выделены следующие критерии: научно-познавательная ценность, учебно-педагогическая ценность, художественно-эстетическая ценность, публичная и общественная значимость,

¹ Там же.

² Зеленова С. В. Методика определения категории историко-культурной ценности объектов историко-архитектурного наследия // Интернет-издание Pandia [Сайт]. – URL: <https://pandia.ru/text/79/307/53814.php> (дата обращения: 29.04.2020).

социокультурная ценность, распространенность. И затем, на основании данных критериев, подсчитывается общая сумма баллов по рассматриваемому объекту историко-архитектурного наследия и определяется его категория ценности: уникальный, особо ценный, ценный, рядовой, средовой¹. Но проблема при посещении объекта культурного наследия состоит в том, что оплата осуществляется до посещения культурного объекта, а ценность определяется только после его просмотра². Поэтому целесообразным является определение впечатлений посетителей после посещения объекта культурного наследия. Каждый посетитель самостоятельно для себя определяет ценность объекта культурного наследия, поэтому необходимо привлекать именно посетителей для оценивания впечатлений после посещения объекта культурного наследия с целью улучшения качества работы объекта культурного наследия.

С экономической точки зрения оценка культурного наследия в настоящее время проводится с учетом количества посетителей и цены билетов, либо с точки зрения ценности объекта с позиции экспертного подхода, основанного на различных критериях, связанных с включением культурного наследия, например, в перечень объектов федерального значения. Наше исследование выходит за рамки данных параметров, поскольку оценка будет осуществляться с позиции впечатлений посетителей.

На основании проведенного исследования нами выделены особенности оценки объектов культурного наследия в рамках концепции экономики впечатлений (рис. 6), которые были учтены при создании алгоритма для оценивания впечатлений посетителей. Предложенный алгоритм рассматривается как инструмент реализации кластерного подхода и связан с ранее разработанной нами моделью репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма.

¹ Там же.

² Долгин А. Б. Экономика символического обмена. Москва: Инфра-М, 2006. 632 с.



Рис 6. Особенности оценки объектов культурного наследия с учетом концепции экономики впечатлений

Алгоритм оценки впечатлений посетителей объекта культурного наследия будет включать следующие этапы¹:

1. Разработка концепции оценки:

- определение и характеристика культурного объекта;
- цель и задачи оценки;
- проблема исследования;
- специалисты, которые будут проводить исследование (оценка может осуществляться как сотрудниками, работающими в данном учреждении, так и представителями других организаций, проводящих подобные исследования);
- средства, необходимые для оценки;
- объем выборки, необходимый для получения достоверной оценки.

2. Проведение исследований для оценки впечатлений посетителей с помощью наблюдения, опроса (анкетирование), метода условной оценки (для определения той суммы, которую готов заплатить потребитель после посещения объекта культурного наследия).

3. Качественный и количественный анализ информации о проведенном исследовании для оценки впечатлений.

4. Подведение итогов оценки (подготовка отчета об исследовании, выводы и рекомендации специалистов по результатам оценки).

Для оценки впечатлений посетителей объектов культурного наследия нами была составлена формула²:

$$Квп = Ц / С,$$

где Квп – коэффициент оценки впечатлений посетителя объектов культурного наследия (в расчете на 1 потребителя), Ц – ценность полученных

¹ Белкина С. В. Алгоритм оценки культурного наследия в контексте экономики впечатлений // Вестник МГУКИ. 2021. № 2 (100). С. 136–146. – DOI: 10.24412/1997-0803-2021-2100-136-146 (дата обращения: 13.09.2021).

² Там же.

впечатлений посетителя (в денежном выражении), C – стоимость посещения объекта культурного наследия (в денежном выражении).

Ценность полученных впечатлений после посещения объекта культурного наследия зависит от того, что ожидали получить потребители и от восприятия увиденного, т.е. полученных эмоций, переживаний. Впечатления посетителей будут различными, в связи с чем необходимо определить шкалу, по которой будет проводиться их оценка:

- $Ц=C=1$ (в данном случае ожидания посетителей соответствуют стоимости посещения объекта наследия);
- $Ц<C$ (ожидания посетителей не соответствуют стоимости посещения объекта наследия);
- $Ц>C$ (посещение объекта культурного наследия превзошло все ожидания посетителя).

Предложенная шкала позволяет провести качественную оценку впечатлений посетителей с учетом количественных показателей.

При этом, можно оценить впечатления всех посетителей, принимающих участие в исследовании, для отдельного объекта культурного наследия по следующей формуле:

$$K_{\text{кпо}} = \sum Ц / \sum C,$$

где $K_{\text{кпо}}$ – общий коэффициент оценки впечатлений посетителей объекта культурного наследия; $\sum Ц$ – общая ценность полученных впечатлений посетителей (в денежном выражении); $\sum C$ – общая стоимость посещения объекта культурного наследия (в денежном выражении).

Общий показатель по отдельному объекту культурного наследия имеет важное значение в оценке, поскольку дает возможность проводить сравнительную характеристику различных объектов культурного наследия региона (например, в Крыму) или страны. На основании полученных

результатов планируется формирование рейтингов объектов культурного наследия по впечатлениям посетителей.

Предложенный алгоритм будет способствовать расширению культурологического инструментария. Он применим не только для оценки впечатлений посетителей объекта культурного наследия, но и позволяет выявлять факторы, влияющие на эмоции потребителей. Благодаря позитивным впечатлениям растет количество постоянных потребителей, намного лучше усваивается информация о культурном продукте, а также посетители готовы платить больше за красочные эмоции.

Объекты культурного наследия должны быть актуальными и открытыми для посетителей. Музей будущего должен представлять интересный и увлекательный доступ к знаниям и объектам, хранящим информацию о прошлом. Именно здесь возникает противоречие между тем, что презентуют музеи или как они это делают и тем, что действительно интересно потребителям¹. Особенно важным является не только то, насколько понятной является экспозиция для посетителей, но и, какие впечатления испытывает потребитель культурного продукта. Данные исследования необходимы для создания уникальных культурных продуктов, отвечающих запросам потребителей, с целью привлечения большего количества посетителей и увеличения прибыли музея. Посетители приходят в музей для получения подлинного переживания, чувств, эмоций. Оценка впечатлений может использоваться для улучшения работы музея, обеспечения его конкурентоспособности, формирования бренда и т.д.

**Применение алгоритма оценки культурного наследия в контексте
экономики впечатлений для Государственного историко-
археологического музея-заповедника «Херсонес Таврический»**

¹ Руководство по исследованиям посетителей музея // Политехнический музей [Сайт]. – URL: <https://polymus.ru/ru/library/download/PM-MGT.pdf/> (дата обращения: 19.04.2020).

Разработанный нами алгоритм оценки впечатлений посетителей был применен при анализе впечатлений туристов, посещавших музей-заповедник «Херсонес Таврический». Данный объект был выбран в силу своей уникальности и значимости в рамках культурного пространства Крыма. Государственный историко-археологический музей-заповедник «Херсонес Таврический» — это древний город и заповедник (рис. 7). Он является выдающимся памятником юга России, основанным греками в V в. до н.э., история которого связана с периодами античности и средневековья. Первый музей Херсонеса «Склад местных древностей» был основан в 1892 году севастопольским банковским служащим Карлом Казимировичем Косцюшко-Валюжиничем. Статус заповедника Херсонес получил в 1978 году по руководством ученого-археолога И. А. Антоновой. Сегодня Херсонес Таврический является не только большим музеем-заповедником, но и научно-исследовательским учреждением, площадь которого составляет 418 га, а музейная коллекция состоит из более 214 тысяч экспонатов, в архиве хранится около 90 тысяч документов, в научной библиотеке находится более 30 тысяч книг, включая уникальные издания. В ходе 37 сессии ЮНЕСКО, проходившей 26 июня 2013 года, объект «Древний город Херсонес Таврический и его хора» (№ 1411) включили в Список Всемирного культурного наследия ЮНЕСКО. Президент РФ Владимир Путин 7 декабря 2015 года подписал указ «Об отнесении федерального государственного бюджетного учреждения культуры «Государственный историко-археологический музей-заповедник «Херсонес Таврический» к особо ценным объектам культурного наследия народов Российской Федерации»¹.

Впечатления посетителей могут быть оценены после посещения объекта культурного наследия. На данный аспект туристической активности

¹ История создания Государственного историко-археологического музея-заповедника «Херсонес Таврический» // Государственный историко-археологический музей-заповедник «Херсонес Таврический» [Сайт]. – URL: <https://chersonesos-sev.ru/> (дата обращения: 10.05.2020).

оказывают влияние также те мероприятия, которые проводятся на территории выбранного объекта (выступления вокальных дуэтов, международные фестивали оперы и балета, выставки: например, «Тайны античного некрополя Херсонеса», экскурсионные интерактивные программы для детей дошкольного и младшего школьного возраста, спектакли, концерты и др.)¹.



Рис. 7. Федеральное государственное бюджетное учреждение культуры «Государственный историко-археологический музей-заповедник «Херсонес Таврический»

Алгоритм оценки впечатлений посетителей музея-заповедника «Херсонес Таврический» можно представить как последовательность следующих этапов (рис. 8):

1. Разработка концепции оценки: характеристика музея-заповедника; цель оценки – определение впечатлений посетителей музея-заповедника «Херсонес Таврический»; исследование будет проводиться специалистами, привлекаемыми из других учреждений, что имеет свои преимущества (высокое качество, квалификация специалистов) и недостатки (большие затраты); средства для исследования и объем выборки, необходимый для

¹ Там же.

получения достоверной оценки будет определяться соответствующими специалистами.

2. Оценка впечатлений посетителей будет проводиться с помощью наблюдения, опроса (анкетирование), метода условной оценки (для определения той суммы, которую готов заплатить потребитель после посещения объекта культурного наследия).



Рис. 8. Алгоритм оценки культурного наследия в контексте экономики впечатлений для Государственного историко-археологического музея-заповедника «Херсонес Таврический»

Для оценки впечатлений можно использовать скрытое наблюдение за посетителями для определения того, что больше всего привлекло его внимание и вызвало наиболее яркие положительные эмоции, в какие залы они возвращаются снова и т. д. К методам оценки можно отнести привлечение «тайных посетителей», о которых сотрудники музея не знают. Суть метода заключается в том, что этот «тайный посетитель» после осмотра музея описывает полученные впечатления, благодаря которым можно оценить работу музея, найти его положительные и отрицательные стороны¹.

Помимо наблюдения будет проводиться опрос посетителей музея-заповедника, для которого была составлена анкета, состоящая из закрытых и открытых вопросов. Анкета представлена в приложении 1. Данная анкета будет эффективна для других объектов культурного наследия с учетом возможных изменений в зависимости от особенностей проводимого исследования. Важным аспектом при проведении опроса является то, что музей должен показать, насколько важно для него мнение каждого потребителя. Вопросы составленной анкеты необходимы для определения социальной и демографической структуры аудитории (пол, возраст, место проживания, с кем пришли), учитывают характеристики посетителей (интересы, хобби), а также направлены на выявление впечатлений потребителей. Благодаря полученным данным можно провести сегментацию потребителей по различным признакам, необходимую для удовлетворения потребностей каждого сегмента. Получая ответ на вопрос, касающийся социальных сетей, можно узнать данные о том, где лучше размещать информацию о новых мероприятиях (фестивалях, выставках и т.д.). Главные вопросы, которые позволят оценить впечатления в анкете представлены под

¹ Руководство по исследованиям посетителей музея // Политехнический музей [Сайт]. – URL: <https://polymus.ru/ru/library/download/PM-MGT.pdf/> (дата обращения: 19.04.2020).

номерами 8–10. Именно они помогут понять, что больше всего запомнилось потребителям, что им не понравилось, чего им не хватает и как они оценивают полученные впечатления. Более того, ответы на вопросы дают возможность исследователю понять, какие факторы оказывают наибольшее влияние на эмоции посетителей (например, качество рекламы, экскурсионного обслуживания, содержания экскурсии, музейной экспозиции, уровень комфортности пребывания в музее, удобство графика работы, стоимость билетов и т.д.). В то же время, чем более точным будет представление о посетителях и их предпочтениях, тем легче будет музею осуществлять свою деятельность, направленную на получение потребителями незабываемых впечатлений.

С учетом развития информационных технологий посетителям музея-заповедника должна быть предоставлена возможность прохождения онлайн-анкетирования, для которого можно использовать, например, планшет. Онлайн-анкета будет более удобной для специалистов, осуществляющих оценку, поскольку ускорит подсчет результатов исследования (за счет автоматической обработки данных).

С целью привлечения большего количества участников для оценки впечатлений предполагается предложить им помимо улучшения качества работы учреждения, учета их потребностей, подарок в виде небольшого сувенира за участие в данном исследовании.

После осмотра музея-заповедника посетителям предлагается в денежном выражении оценить полученные впечатления. Стоимость единого билета составляет 350 рублей. Предлагается два варианта реализации данной методики: первый – использование конверта, в котором будет находиться сумма в 350 рублей; второй – платежный терминал, с помощью которого можно внести ту сумму, на которую посетители оценивают полученное впечатление (потребитель может заплатить либо часть суммы, либо все забрать себе, либо доплатить сумму в размере единого билета за

незабываемые впечатления). Шкала оценивания будет от -330 до +330 рублей. Участникам после посещения объекта необходимо забрать себе от 0 до 330 рублей (но не 350 рублей) либо доложить в него свои деньги в пределах той же суммы (от 20 до 330 рублей). Что касается доплаты, то не нужно ограничивать посетителей в рамках установленной суммы стоимости билета, ведь за незабываемые впечатления посетитель готов будет заплатить больше по собственной инициативе. Если человек заберет всю сумму, то это будет означать, что он руководствуется корыстными соображениями и анкета будет признана нерелевантной.

3. Качественный и количественный анализ информации о проведенном исследовании для оценки впечатлений будет осуществляться специалистами, проводящими исследование.

4. Подведение итогов оценки (подготовка отчета об исследовании, выводы и рекомендации специалистов по результатам оценки).

Оценка впечатлений потребителей необходима для повышения привлекательности культурного наследия выбранного региона, может быть, в дальнейшем применена к другим культурным объектам, а также позволяет увидеть новые возможности для развития индустрии туризма.

Расширение инструментария в культурологии имеет большое значение в теоретическом и практическом аспектах. Алгоритм рассматривается как один из культурологических инструментов эффективной реализации кластерного подхода и применения ранее разработанной нами модели репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма, связанной с формированием качественной культурной среды региона, а также развитием перспективных направлений регионального туризма.

Таким образом, перспективные направления регионального туризма в Крыму на основе культурного наследия связаны с формированием культурной среды региона, включающей объекты культурного и природного

наследия, а также культурные и культурно-природные ландшафты. В Крыму планируется создание нового культурного пространства на основании культурного наследия и исторического потенциала полуострова, которые являются его главными ресурсами. Для формирования новой культурной среды в Крыму необходимо решить следующие стратегические задачи: создать необходимые условия для сохранения культурного наследия и повышения качества доступа населения и гостей к культурным ценностям, освоить современные формы культурно-досуговой деятельности; укрепить материально-техническую базу учреждений культуры; сохранять и развивать кадровый потенциал учреждений культуры и искусства; создать и развивать кластер «Креативная индустрия». Важной частью культурной среды Крыма являются уникальные культурные ландшафты, на формирование которых оказывают влияние различные факторы (природные условия, богатая история полуострова, возможное изменение типа культурного ландшафта и др.). Культурное наследие и ландшафты Крыма играет ключевую роль в формировании культурной среды. С целью сохранения и трансляции культурного наследия Крыма необходимо осуществление эффективной региональной культурной политики.

Региональная культурная политика Крыма тесно связана с индустрией туризма и направлена на раскрытие огромного культурного потенциала полуострова на основании имеющихся культурных и природных ресурсов. Благодаря культурной политике Крыма осуществляется репрезентация объектов материального и нематериального культурного наследия в индустрии туризма на общегосударственном и мировом уровнях, проводится имиджевая политика региона, связанная с формированием положительного имиджа и развитием брендового туризма, разрабатываются перспективные направления туристского использования культурного и природного наследия, региональные проекты и программы развития туризма и сохранения культурного наследия. Реализация культурной политики Крыма

будет способствовать повышению привлекательности и конкурентоспособности региона, сохранению культурного наследия, самобытности культуры и уникальности территории, снижению уровня сезонности и позволит Крыму перейти на новую ступень развития. Реализация региональной культурной политики Крыма связана с реализацией кластерного подхода, который благоприятствует не только созданию качественной культурной среды, но и развитию сферы туризма.

Контекст устойчивого развития государства с помощью культуры определяет необходимость использования экономического потенциала сохранения и трансляции культурного наследия как значимого компонента региона. Культурное наследие содействует созданию его привлекательности, повышению качества культурной среды, формированию туристского бренда, развитию творческих кварталов и кластеров, развитию культурного туризма, индустрии гостеприимства и сопутствующей инфраструктуры, привлечению инвестиций. Культурные ландшафты и культурное наследие Крыма в современных условиях являются основой для развития регионального туризма. С целью сохранения и трансляции культурного наследия необходимо применение не только междисциплинарного, но и межведомственного подхода. Это становится возможным благодаря взаимодействию местных органов власти, жителей, учреждений культуры и других заинтересованных в данных вопросах сторон. На региональном уровне осуществление данного взаимодействия и управлением данными процессами возможно осуществлять с помощью кластеров. Для устойчивого развития регионального туризма в Крыму необходимо применение кластерного подхода, эффективно функционирующего на базе государственно-частного партнёрства, обеспечивающего инновационное развитие и конкурентоспособность территории. В соответствии со стратегией социально-экономического развития Республики Крым к 2030 году предполагается создание 7 кластеров, среди которых следует отметить

креативный и туристический. Организации, входящие в кластер, усиливают конкурентные преимущества отдельных предприятий, а также всего кластера. Главным подходом в развитии туризма в Российской Федерации и в Крыму, в частности, является кластерное развитие. Актуализация и сохранение культурного наследия является важным фактором, способствующим развитию туризма, являющегося приоритетным направлением региональной экономики. Туристско-рекреационные кластеры будут способствовать интеграции многих элементов, среди которых следует выделить объекты культурного наследия и природные комплексы. Крым имеет огромный капитал (культурный, исторический, событийный, человеческий), необходимый для развития креативных индустрий. Креативные элементы кластера могут быть использованы в различных отраслях региона, в том числе в туризме. С целью повышения эффективности реализации кластерного подхода в Крыму возможно использование в качестве действенного инструмента концепции экономики впечатлений, для применения которого необходимо разработать соответствующий алгоритм оценки впечатлений посетителей объектов культурного наследия.

Концепция экономики впечатлений дает возможности для создания уникальных культурных продуктов, которые соответствуют ожиданиям потребителей и являются источником положительных, ярких и незабываемых впечатлений. Основной проблемой исследования является оценка впечатлений посетителей объектов культурного наследия. Оценка впечатлений потребителей необходима для повышения привлекательности объектов культурного наследия выбранного региона. В результате проведенного исследования был разработан универсальный алгоритм для оценки впечатлений посетителей объектов культурного наследия. Алгоритм помогает оценить впечатления посетителей культурного объекта, а также определить факторы, оказывающие наибольшее влияние на эмоции потребителей. Разработанный нами алгоритм оценки впечатлений

посетителей был применен для посетителей музея-заповедника «Херсонес Таврический». Данный объект был выбран в силу своей уникальности и значимости в рамках культурного пространства Крыма. Применение алгоритма позволяет увидеть новые возможности для развития индустрии туризма. В дальнейшем на основании разработанного алгоритма будет проведена оценка впечатлений посетителей объектов культурного наследия Крыма с целью повышения уровня их привлекательности и развития индустрии туризма.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В исследовании проанализированы работы учёных различных направлений, на основании которых можно определить культурное наследие с позиции междисциплинарного подхода, который базируется на синтезе культурологического, экономического, правового, аксиологического, информационно-временного, функционального и системного подходов к пониманию наследия. В современных условиях культурное наследие необходимо рассматривать как сложную систему, включающую материальные и духовные объекты культуры, взаимодействующие с природной средой, которые несут в себе изменяющуюся во времени и пространстве информацию и обладают ценностью (культурной и экономической), целостностью и аутентичностью; как источник исторической памяти, созданной прошлыми поколениями, являющийся общественным благом и культурным капиталом; как основу устойчивого развития, сохранения культурного и природного разнообразия. С целью сохранения наследия необходимо выявлять и изучать все его элементы и создавать необходимые условия для обеспечения их защиты. Одним из важных объектов культурного наследия является культурный ландшафт. Именно культурный ландшафт даёт возможности для комплексного изучения и сохранения наследия. Представленные подходы к изучению культурных и культурно-природных ландшафтов основаны на взаимосвязи и взаимодействии природных и культурных компонентов. Основываясь на изученных подходах, культурный ландшафт с точки зрения современной культурологии можно представить в виде сложной культурно-природной системы, которая формируется и развивается за счёт непрерывного взаимодействия природы и человека, базирующейся на ценностях (материальных и нематериальных), высокой степени информативности (культурологической, экологической, исторической). Именно такое

представление о культурном ландшафте играет важную роль в его изучении и сохранении, а также в решении многих проблем окружающей среды.

Для того, чтобы данная концепция была эффективной, необходимо участие государства в сохранении и трансляции культурного наследия, включая культурные ландшафты, которые являются важным объектом культурного наследия. Культурное наследие играет огромную роль в достижении устойчивого социально-экономического развития России. Для эффективной реализации культурной политики в сфере сохранения и трансляции культурного наследия в рамках социального и экономического развития региона необходимо деятельное участие государства, общества и бизнеса. При этом, в контексте устойчивого развития России индустрия туризма и наследия тесно взаимосвязаны: с одной стороны, туризм основан на культурном наследии, а с другой, развитие туризма способствует сохранению и трансляции наследия. В современном мире одним из главных трансляторов объектов культурного наследия является именно туризм.

Поскольку в исследовании культурный ландшафт, с одной стороны, включает в себя природные, культурные элементы и объекты наследия, и, в то же время, сам выступает объектом культурного наследия, для его эффективной репрезентации необходимо формирование модели репрезентации культурного ландшафта как объекта культурного наследия средствами туризма, включающей следующие элементы: субъекты, объекты, механизм (включает процессы актуализации и интерпретации), формы, типы, направления и стратегии репрезентации. Модель репрезентации культурного ландшафта как объекта культурного наследия направлена на формирование качественной культурной среды определённого региона, а также развитие перспективных направлений регионального туризма.

Культура в современных условиях рассматривается как фундаментальный ресурс развития. Культурное наследие является неотъемлемой частью культуры. Объектами спроса и предложения на рынке

культуры являются продукты культуры, которые представляют собой определенное благо в материальной и нематериальной форме в виде товаров и услуг. Отличительной особенностью культурного продукта является эффект потребления, который выражается в виде впечатлений, а также его уникальность и неповторимость. Культурный продукт создается с учетом имеющихся ресурсов (производства и потребления), реализующих потенциал продуктов культуры. В связи с тем, что потребление культурного продукта связано с получением впечатлений, актуальным становится использование концепции экономики впечатлений как инструмента, способствующего экономическому развитию региона. Несмотря на особенности данной концепции, она может быть применена для объектов культурного наследия с целью повышения их привлекательности, развития индустрии туризма, поскольку наследие становится отдельной индустрией, которая направлена на создание культурного продукта для удовлетворения культурных потребностей с учетом имеющихся ресурсов территории. Культура, культурное наследие и культурно-природный ландшафт являются важным и наиболее востребованным современным ресурсом развития индустрии туризма, способствующим повышению уровня привлекательности и конкурентоспособности страны или региона, улучшению инфраструктуры, сохранению исторического и культурного наследия, реализации культурного и туристского потенциала и т.д. Следовательно, рассмотрение культуры как ресурсного потенциала дает новые возможности для развития туризма. В частности, туризм является наиболее эффективной формой репрезентации и трансляции культурного наследия.

Перспективные направления регионального туризма в Крыму на основе культурного наследия связаны с формированием культурной среды региона, включающей объекты культурного и природного наследия, а также культурные и культурно-природные ландшафты. В Крыму планируется создание нового культурного пространства на основании культурного

наследия и исторического потенциала полуострова, которые являются его ключевыми ресурсами. Для формирования новой культурной среды в Крыму необходимо решить следующие стратегические задачи: создать необходимые условия для сохранения культурного наследия; укрепить материально-техническую базу учреждений культуры; создать необходимые условия для повышения качества доступа населения и гостей к культурным ценностям, освоить современные формы культурно-досуговой деятельности; сохранять и развивать кадровый потенциал учреждений культуры и искусства; создать и развивать кластер «Креативная индустрия». Важной частью культурной среды Крыма являются уникальные культурные ландшафты, на формирование которых оказывают влияние различные факторы (природные факторы, богатая история полуострова, возможное изменение типа культурного ландшафта и др.). Культурное наследие и ландшафты Крыма играют ключевую роль в формировании культурной среды. С целью сохранения и трансляции культурного наследия Крымского полуострова необходимо осуществление региональной культурной политики, которая тесно связана с индустрией туризма и направлена на раскрытие огромного культурного потенциала полуострова на основании имеющихся культурных и природных ресурсов. Благодаря культурной политике Крыма осуществляется репрезентация объектов материального и нематериального культурного наследия в индустрии туризма на общегосударственном и мировом уровнях, проводится имиджевая политика региона, связанная с формированием положительного имиджа и развитием брендового туризма, разрабатываются перспективные направления туристского использования культурного и природного наследия, региональные проекты и программы развития туризма и сохранения культурного наследия. Реализация культурной политики Крыма будет способствовать повышению уровня привлекательности и конкурентоспособности региона, сохранению культурного наследия, самобытности культуры и уникальности территории,

снижению сезонности, и позволит Крыму перейти на новую ступень развития. Региональная культурная политика Крыма связана с использованием кластерного подхода, содействующего не только созданию качественной культурной среды, но и развитию сферы туризма. В контексте устойчивого развития государства посредством культуры особое значение приобретает, в том числе, экономический потенциал сохранения и трансляции культурного наследия как важного элемента региона. Это обусловлено тем, что культурное наследие способствует повышению его привлекательности, улучшению культурной среды, формированию туристского бренда, развитию творческих кварталов и кластеров, культурного туризма, индустрии гостеприимства и сопутствующей инфраструктуры, привлечению инвестиций. Культурные ландшафты и культурное наследие Крыма в современных условиях являются основой для развития регионального туризма. С целью сохранения и трансляции культурного наследия необходимо применение не только междисциплинарного, но и межведомственного подхода. Это становится возможным благодаря взаимодействию местных органов власти, жителей, учреждений культуры и других заинтересованных в данных вопросах сторон. На региональном уровне осуществление данного взаимодействия и управление данными процессами возможно осуществлять с помощью кластеров. Для устойчивого развития регионального туризма в Крыму необходимо применение кластерного подхода, эффективно функционирующего на основании государственно-частного партнёрства, обеспечивающего инновационное развитие и конкурентоспособность территории. В соответствии со стратегией социально-экономического развития Республики Крым к 2030 году планируется создание 7 кластеров, среди которых следует отметить креативный и туристический. Организации, входящие в кластер, усиливают конкурентные преимущества отдельных предприятий, а также всего кластера. Главным подходом в развитии туризма

в Российской Федерации и в Крыму, в частности, является кластерное развитие. Актуализация и сохранение культурного наследия является важным фактором, способствующим развитию туризма, являющегося приоритетным направлением региональной экономики. Туристско-рекреационные кластеры будут способствовать интеграции многих элементов, среди которых следует выделить объекты культурного наследия и природные комплексы. Крым имеет огромный капитал (культурный, исторический, событийный, человеческий), необходимый для развития креативных индустрий. Креативные элементы кластера могут быть использованы в различных отраслях региона, в том числе в туризме.

С целью повышения эффективности реализации кластерного подхода в Крыму возможно использование в качестве действенного инструмента концепции экономики впечатлений, для применения которого необходимо разработать соответствующий алгоритм оценки впечатлений посетителей объектов культурного наследия. Концепция экономики впечатлений дает возможности для создания уникальных культурных продуктов, которые соответствуют ожиданиям потребителей и являются источником положительных, ярких и незабываемых впечатлений. Основной проблемой исследования является оценка впечатлений посетителей объектов культурного наследия. Оценка впечатлений потребителей необходима для повышения привлекательности объектов культурного наследия выбранного региона. В результате проведенного исследования был разработан универсальный алгоритм для оценки впечатлений посетителей объектов культурного наследия. Алгоритм помогает оценить впечатления посетителей культурного объекта, а также определить факторы, оказывающие наибольшее влияние на эмоции потребителей. Разработанный нами алгоритм оценки впечатлений посетителей был применен для посетителей музея-заповедника «Херсонес Таврический». Данный объект был выбран в силу своей уникальности и значимости в рамках культурного пространства

Крыма. Применение алгоритма позволяет увидеть новые возможности для развития индустрии туризма. В дальнейшем на основании разработанного алгоритма будет проведена оценка впечатлений посетителей объектов культурного наследия Крыма с целью повышения уровня их привлекательности и развития индустрии туризма.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Актуальные проблемы экономики культурного наследия / под редакцией А. Я. Рубинштейна. – Москва: Государственный институт искусствознания, 2016. – 108 с.
2. Андриющенко И. А. Сохранение культурного наследия как приоритетная задача региональных стратегий культурной политики / И. А. Андриющенко // Культура народов Причерноморья с древнейших времён до наших дней: Материалы конференции. XLII Международные научные чтения. – Симферополь: Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, 2017. – С. 26–29.
3. Арт-кластер «Таврида». Уникальная экосистема проектов. – Текст: электронный // Арт-кластер «Таврида» [Сайт]. – URL: <https://tavrida.art/> (дата обращения: 05.05.2020).
4. Астафьева, О. Н. Культурная политика: теоретическое понятие и управленческая деятельность: лекции / О. Н. Астафьева. – Москва: РАГС, 2010. – 70 с.
5. Астафьева, О. Н. Социокультурные кластеры как модель управления региональным развитием / О. Н. Астафьева // Сборник статей научно-практической конференции «Государственное управление и развитие России: модели и проекты». – Москва: Проспект, 2017. – С. 184–192.
6. Астафьева, О. Н., Аванесова, Г. А. Развитие национальной культуры и культурная политика в Российской империи и СССР: сравнительный анализ. – Текст: электронный / О. Н. Астафьева, Г. А. Аванесова // Ярославский педагогический вестник. – 2015. – № 4. – С. 206–216.
7. Астафьева, О. Н., Горенкин, В. А., Швецова, А. В. Социокультурная политика Российской Федерации: стратегии, уровни,

инновации: монография / О. Н. Астафьева, В. А. Горенкин, А. В. Швецова. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2019. – 156 с.

8. Астафьева, О. Н., Коротеева, О. В., Шибаева, Е. А. Образование и культура в социокультурном развитии регионов России. – Текст: электронный / О. Н. Астафьева, О. В. Коротеева, Е. А. Шибаева // Обсерватория культуры. – 2017. – Т. 14. – № 6. – С. 677–685. – DOI:10.25281/2072-3156-2017-14-6-677-685 (дата обращения: 12.01.2021).

9. Астафьева, О. Н., Никонорова, Е. В., Шлыкова, О. В. Культура в цифровой цивилизации: новый этап осмысления стратегии будущего для устойчивого развития – Текст: электронный / О. Н. Астафьева, Е. В. Никонорова, О. В. Шлыкова // Обсерватория культуры. – 2018. – Т. 15. – № 5. – С. 516–531. – DOI:10.25281/2072-3156-2018-15-5-516-531 (дата обращения: 25.12.2020).

10. Баева, Л. В. Модель культурного наследия: понятие, динамика, функционирование / Л. В. Баева // Каспийский регион: экономика, политика, культура. – 2011. – № 3 (28). – С. 229–235.

11. Баева, Л. В. Сохранение культурного наследия как воплощение традиции / Л. В. Баева // Философия и общество. – 2012. – № 1. – С. 109–118.

12. Бахревский, Е. В., Беспалова, Т. В., Закунов, Ю. А., Миронов, А. С. Стратегия сохранения культуры и культурно-исторического наследия народов Российской Федерации. Проект / Е. В. Бахревский, Т. В. Беспалова, Ю. А. Закунов, Миронов А. С. – Москва: Институт Наследия, 2016. – 136 с.

13. Белкина, С. В. Алгоритм оценки культурного наследия в контексте экономики впечатлений. – Текст: электронный / С. В. Белкина // Вестник МГУКИ. – 2021. – № 2 (100). – С. 136–146. – DOI: 10.24412/1997-0803-2021-2100-136-146. (дата обращения: 13.09.2021).

14. Белкина, С. В. Аутентичность и коммодификация культурного туризма. – Текст: электронный / С. В. Белкина // Культура и цивилизация. –

2021. – № 2 А. – С. 110–116. – DOI: 10.34670/AR.2021.73.68.013 (дата обращения: 10.06.2021).

15. Белкина, С. В. Культура как ресурс развития индустрии туризма / С. В. Белкина // Россия и Европа: связь культуры и экономики: Материалы XX международной научно-практической конференции. – Прага, Чешская Республика: WORLD PRESS s.p.o, 2018. – С. 215–217.

16. Белкина, С. В. Место индустрии туризма в формировании имиджевой политики региона / С. В. Белкина // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России: Материалы I Всероссийской с международным участием научной конференции. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2018. – С. 304–307.

17. Белкина, С. В. Основные подходы к изучению культурных и природно-культурных ландшафтов. – Текст: электронный / С. В. Белкина // Культура и цивилизация. – 2020. – № 2 А. – С. 89–98. – DOI: 10.34670/AR.2020.18.60.010 (дата обращения: 28.06.2020).

18. Белкина, С. В. Особенности производства культурного продукта в туризме / С. В. Белкина // Таврические студии. – 2018. – № 15. – С. 12–17.

19. Белкина, С. В. Проблема репрезентации нематериального культурного наследия в индустрии туризма (на примере Республики Крым) / С. В. Белкина // Молодая наука: сборник научных трудов научно-практической конференции для студентов и молодых ученых. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2018. – С. 259–260.

20. Белкина, С. В. Разработка алгоритма оценки культурного наследия Республики Крым в контексте экономики впечатлений (на примере государственного историко-археологического музея-заповедника «Херсонес Таврический») / С. В. Белкина. – Текст: электронный // Шестой Всероссийский конкурс молодых ученых в области искусств и культуры: сборник работ лауреатов. — Москва: Институт Наследия, 2020. — С. 1104–

1120. – URL: <http://heritage-institute.ru/?books=shestoj-vserossijskij-konkurs-molody> (дата обращения: 19.04.2020).

21. Белкина, С. В., Верзилова, В. В. Особенности развития культурно-познавательного туризма в Республике Крым / С. В. Белкина, В. В. Верзилова // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России: Материалы III Всероссийской с международным участием научной конференции. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2019. – С. 143–148.

22. Белоусов, В. М. Губнелова, Н. З. Бренд региона как аспект его экономической идентичности / В. М. Белоусов, Н. З. Губнелова // Крымский научный вестник. – 2016. – № 6 (12). – С. 50–64.

23. Беляева, Е. А., Ларионова, Н. Б. Роль культурно-исторического наследия в условиях глобализации / Е. А. Беляева, Н. Б. Ларионова // Вестник ТИСБИ. – 2012. – № 4. – С. 18–23.

24. Берестовская, Д. С. Культурные ландшафты Крыма: коллективная монография / Д. С. Берестовская. – Симферополь: ИТ «АРИАЛ», 2016. – 380 с.

25. Боголюбова, Н. М., Николаева, Ю. В. Охрана культурного наследия: международный и российский опыт / Н. М. Боголюбова, Ю. В. Николаева // Вестник СПбГУКИ. – 2014. – № 4 (21). – С. 6–13.

26. Борзилов, Ю. П. Русское деревянное зодчество. Историко-культурное наследие и его педагогические проекции: монография. – Текст: электронный / Ю. П. Борзилов. – Москва: Мир науки, 2016. – 92 с. – URL: <http://izd-mn.com/PDF/21MNNPM16.pdf> (дата обращения: 02.04.2020).

27. Бычкова, О. И., Костина, Н. А. Культурное и природное наследие как ресурс устойчивого развития территорий (по материалам краеведческих исследований) – Текст: электронный / О. И. Бычкова, Н. А. Костина // Наследие веков. – 2017. – № 3. – С. 24–30. – URL: <http://heritage->

magazine.com/wp-content/uploads/2017/09/2017_3_Bychkova_Kostina.pdf (дата обращения: 02.04.2020).

28. В фокусе наследия: сборник статей, посвященных 80-летию Ю. А. Веденина и 25-летию создания Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва / сост., отв. ред. М. Е. Кулешова. – Москва: Институт географии РАН, 2017. – 688 с.

29. Веденин, Ю. А. Очерки по географии искусства / Ю. А. Веденин. – Москва: Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия, 1997. – 224 с.

30. Востряков, Л. Е., Тургаев, А. С. Новая модель государственной культурной политики России / Л. Е. Востряков, Тургаев А. С. // Вестник СПбГИК. – 2018. – № 3 (36). – С. 6–16.

31. Вуд, Ф. Творческая экономика городов: перевод с английского / Ф. Вуд // Экология культуры: информационный бюллетень. – Архангельск, 2004. – № 2. – С. 17–23.

32. Выбор долгосрочной стратегии в условиях глобальной нестабильности и цивилизационное наследие России: коллективная монография по материалам XV Международных Панаринских чтений / отв. ред. В. Н. Расторгуев, науч. ред. А. В. Никандров; Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия им. Д. С. Лихачёва (Институт Наследия); Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Философский факультет. – Москва: Институт Наследия, 2018. – 446 с.

33. Гализдра, А. С. Социокультурная динамика туризма: монография / А. С. Гализдра. – Саратов: Издательский дом «Наука», 2009. – 110 с.

34. Галкова, О. В. Культурное наследие: современные подходы и проблемы / О. В. Галкова // Вестник МГУКИ. – 2008. – № 6. – С. 43–46.

35. Галкова, О. В. Российские традиции охраны культурного наследия: специальность 24.00.01 «Теория и история культуры»: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора исторических наук / Галкова Ольга Валентиновна; Волгоградский государственный социально-педагогический университет. – Волгоград, 2012. – 51 с.

36. Галкова, О. В. Теоретические основы культурного наследия / О. В. Галкова. – Текст: электронный // Logos et Praxis, 2011. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/teoreticheskie-osnovy-kulturnogo-naslediya> (дата обращения: 23.04.2020).

37. Гастрономическая карта Крыма. – Текст: электронный // Гастрономическая карта Крыма [Сайт]. – URL: <https://foodcrimea.frbk.ru/> (дата обращения: 13.12.2020).

38. Гилмор, Дж., Пайн, Дж. Аутентичность: чего по-настоящему хотят потребители / Дж. Гилмор, Дж. Пайн; [перевод с английского О. Андреевой]. – Санкт-Петербург: Best business books, 2009. – 347 с.

39. Глазунов, В. В. Из зарубежного опыта охраны культурного наследия исторических городов / В. В. Глазунов // Известия ВГПУ. – 2015. – № 1 (96). – С. 174–177.

40. Голубков, Е. П. Маркетинговые исследования: теория, методология и практика / Е. П. Голубков. – Москва: Финпресс, 1998. – 416 с.

41. Горелова, И. Н. Культурология. Часть 1. Курс лекций / И. Н. Горелова, Н. Н. Лысенко, Ю. В. Мухлынкина, З. А. Рябова. – Москва: МИИТ, 2010. – 112 с.

42. Горенкин, В. А. Культурная политика современной России: тенденции и ориентиры развития / В. А. Горенкин // Таврические студии. – 2017. – № 13. – С. 16–25.

43. Горлова, И. И., Бычкова, О. И., Костина, Н. А. Методические аспекты аксиологического анализа эффективности реализации региональной культурной политики. – Текст: электронный / И. И. Горлова, О. И. Бычкова,

Н. А. Костина // Культурное наследие России. – 2017. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metodicheskie-aspekty-aksiologicheskogo-analiza-effektivnosti-realizatsii-regionalnoy-kulturnoy-politiki> (дата обращения: 07.04.2021).

44. Горлова, И. И., Бычкова, О. И., Костина, Н. А. Разработка и реализация инвестиционных региональных этнокультурных проектов на базе объектов историко-культурного наследия. – Текст: электронный / И. И. Горлова, О. И. Бычкова, Н. А. Костина // Наследие веков. – 2015. – № 4. – С. 18. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razrabotka-i-realizatsiya-investitsionnyh-regionalnyh-etnokulturnyh-proektov-na-baze-obektov-istoriko-kulturnogo-naslediya> (дата обращения: 10.04.2021).

45. Горлова, И. И., Зорин, А. Л. О трактовке понятия «культурное наследие» в современной гуманитаристике: теоретико-методологические подходы. – Текст: электронный / И. И. Горлова, А. Л. Зорин // Культурное наследие России. – 2020. – № 3. – С. 3–13. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/o-traktovke-ponyatiya-kulturnoe-nasledie-v-sovremennoy-gumanitaristike-teoretiko-metodologicheskie-podhody> (дата обращения: 09.04.2021).

46. Государственная программа развития курортов и туризма в Республике Крым. – Текст: электронный // Портал МСП Республики Крым [Сайт]. – URL: <https://business.rk.gov.ru/content/strategiya-razvitiya-kryima/gosudarstvennyye-programmy-respubliki-krym> (дата обращения: 03.05.2020).

47. Государственное автономное учреждение культуры Республики Крым «Алупкинский дворцово-парковый музей-заповедник Воронцовский дворец». – Текст: электронный // Государственное автономное учреждение культуры Республики Крым «Алупкинский дворцово-парковый музей-заповедник» [Сайт]. – URL: <https://worontsovpalace.org/> (дата обращения: 08.12.2020).

48. Гриценко, В. П. Брендинг территорий в контексте новой стратегии культурного развития Российской Федерации. – Текст: электронный / В. П. Гриценко // Вестник Краснодарского государственного института культуры. – 2016. – № 2 (6). – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26415116> (дата обращения: 25.03.2021).

49. Гурова, Т. И., Конев И. П. Культурно-историческое наследие как инструмент создания событийных туров / Т. И. Гурова, И. П. Конев. – Вестник РМАТ. – 2016. – № 3. – С. 139–144.

50. Дементьева М. И. Таврида – Крым – Судак (Очерки по истории Крыма и Судака) / М. И. Дементьева. – Симферополь: ООО «Соло-Рич». – 2018. – 160 с.

51. Департамент государственной охраны культурного наследия. – Текст: электронный // Министерство культуры Российской Федерации [Сайт]. – URL: <https://www.mkrf.ru/> (дата обращения: 07.04.2020).

52. Деятельность Государственного комитета по охране культурного наследия Республики Крым. – Текст: электронный // Государственный комитет по охране культурного наследия Республики Крым [Сайт]. – URL: <https://gkokn.rk.gov.ru/ru/index> (дата обращения: 12.04.2020).

53. Деятельность Министерства природных ресурсов и экологии Российской Федерации. – Текст: электронный // Министерство природных ресурсов и экологии Российской Федерации [Сайт]. – URL: <http://www.mnr.gov.ru/> (дата обращения: 09.04.2020).

54. Дирин, Д. А., Кусков, А. С. Культурные ландшафты как элемент комплексной оценки туристско-рекреационного потенциала территории / А. С. Кусков, Д. А. Дирин // Известия Алтайского государственного университета. – 2011. – № 3-1. – С. 80–83.

55. Долгин, А. Б. Экономика символического обмена / А. Б. Долгин. – Москва: Инфра-М, 2006. – 632 с.

56. Европейская конвенция о ландшафтах (Страсбург, 2000 г.). – URL:

<https://rm.coe.int/CoERMPublicCommonSearchServices/DisplayDCTMContent?documentId=09000016802f3fb9> (дата обращения: 16.04.2020). – Текст: электронный.

57. Закон Республики Крым от 09 января 2017 года № 352-ЗРК «О стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года». – Текст: электронный // Государственный Совет Республики Крым [Сайт]. – URL: <http://crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/352z.pdf> (дата обращения: 09.04.2020).

58. Закон Республики Крым от 11 сентября 2014 г №68-ЗРК «Об объектах культурного наследия в Республике Крым (ред. от 27.12.2019). – Текст: электронный // Справочно–правовая система «КонсультантПлюс» [Сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/23702452/> (дата обращения: 29.04.2020).

59. Замятин, Д. Н. Образ наследия в культуре: методологические подходы к изучению понятия «наследие» / Д. Н. Замятин // Этнографическое обозрение. – 2008. – № 8. – С. 121–130.

60. Зеленова, С. В. Методика определения категории историко-культурной ценности объектов историко-архитектурного наследия / С. В. Зеленова. – Текст: электронный // Интернет-издание Pandia [Сайт]. – URL: <https://pandia.ru/text/79/307/53814.php> (дата обращения: 29.04.2020).

61. Зеленцова, Е. В. Становление и развитие креативных индустрий в современной культуре: анализ зарубежного опыта: специальность 24.00.01 «Теория и история культуры»: автореферат на соискание ученой степени кандидата культурологии / Зеленцова Елена Валентиновна; Российский институт культурологии. – Москва, 2008. – 30 с.

62. Зенкова, Е. А., Акоева, Н. Б. Актуализация традиций в современном обществе как фактор сохранения нематериального культурного

наследия / Е. А. Зенкова, Н. Б. Акоева // Культурная жизнь Юга России. – 2020. – № 4 (79). – С. 126-134.

63. Иванова, Е. Л. Обсуждение вопросов культурного наследия на III форуме в Казани (2003) / Е. Л. Иванова // Этнометодология: проблемы, подходы, концепции. – 2007. – № 12. – С. 10–15.

64. История музея-заповедника «Судакская крепость». – Текст: электронный // Музей-заповедник «Судакская крепость» [Сайт]. – URL: <http://sudak-museum.ru/> (дата обращения: 17.04.2020).

65. История создания Государственного историко-археологического музея-заповедника «Херсонес Таврический». – Текст: электронный // Государственный историко-археологический музей-заповедник «Херсонес Таврический» [Сайт]. – URL: <https://chersonesos-sev.ru/> (дата обращения: 10.05.2020).

66. Каганский, В. Л. Исследование российского культурного ландшафта как целого и некоторые его результаты / В. Л. Каганский // Международный журнал исследований культуры. – 2011. – № 4 (5). – С. 26–40.

67. Калита, С. П. Культурное наследие: трансляция и интерпретация / С. П. Калита // Вестник РУДН. – 2007. – № 4. – С. 14–20.

68. Калуцков, В. Н. Вопросы репрезентации культурного ландшафта / В. Н. Калуцков // Вестник московского университета. Серия 5: География. – 2009. – № 5. – С. 22–27.

69. Калуцков, В. Н. Географические подходы к созданию историко-культурных образов / В. Н. Калуцков // Культура и пространство. Книга вторая. Историко-культурные бренды территорий, регионов и мест. – Москва: ИЭА РАН, 2010. – 182 с.

70. Калуцков, В. Н. Ландшафтная концепция в культурной географии: специальность 25.00.24 «Экономическая, социальная и политическая география»: автореферат диссертации на соискание ученой

степени доктора географических наук / Калуцков Владимир Николаевич; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. – Москва, 2009. – 50 с.

71. Кокорина, Е. Г. Факторы формирования культурных ландшафтов Крыма / Е. Г. Кокорина // Материалы Международной научной конференции в рамках Недели философии в Ялте «Проблемы современного гуманитарного знания и крымский культурный ландшафт». – Ялта, 2015. – 323 с.

72. Конвенция об охране Всемирного культурного и природного наследия (Париж, 16 ноября 1972 г.). – Текст: электронный // Организация объединенных наций [Сайт]. – URL: <http://whc.unesco.org/archive/convention-ru.pdf> (дата обращения: 01.04.2020).

73. Конвенция ЮНЕСКО «Об охране нематериального культурного наследия» (Париж, 17 октября 2003 г.). – Текст: электронный // Организация объединенных наций [Сайт]. – URL: http://www.un.org/ru/documents/decl_conv/conventions/cultural_heritage_conv (дата обращения: 02.04.2020).

74. Королева, Г. А., Титов, А. В. Вовлечение в хозяйственный оборот объектов культурного наследия: опыт и проблемы / Г. А. Королева, А. В. Титов // Вестник РГГУ. Серия: «Экономика. Управление. Право». – 2019. – № 1. – С. 93–110.

75. Кобытина, М. А. Культурная глобализация: феномен, сущность, противоречия процесса / М. А. Кобытина // Известия Саратовского университета. – 2016. – №4. – С. 381–387.

76. Крейдун, Ю. А. Репрезентация культурного наследия в сети интернет / Ю. А. Крейдун // Наследие – музей – туризм: мифы и современные реалии: межрегиональный молодежный форум с международным участием. – Улан-Удэ: Восточно-Сибирский государственный институт культуры, 2016. – С. 119–124.

77. Кулешова, М. Е. Культурные ландшафты в списке объектов Всемирного наследия / М. Е. Кулешова // Известия РАН. – 2007. – № 3. – С. 7–17.
78. Культурный ландшафт как объект наследия / под редакцией Ю. А. Веденина, М. Е. Кулешовой. – Москва: Институт Наследия, 2004. – 620 с.
79. Кумскова, Н. В. Культурное наследие и процессы глобализации / Н. В. Кумскова // Вестник Кыргызско-Российского Славянского университета. – 2011. – № 6. – С. 115–118.
80. Кусков, А. С. Проблема понимания культурных ландшафтов в современной отечественной науке / А. С. Кусков // Вестник ОГУ. – 2007. – № 10. – С. 28–34.
81. Кусков, А. С. Туризм в пространстве культурных ландшафтов: зарубежный опыт и российская практика / А. С. Кусков // АРКТИКА. XXI век. Гуманитарные науки. – 2015. – № 2 (5). – С. 36–44.
82. Лавренова, О. А. Семантика культурного ландшафта: специальность 24.00.01 «Теория и история культуры (философские науки)»: диссертация на соискание ученой степени доктора философских наук / Лавренова Ольга Александровна; ГОУ ВПО «Российский государственный гуманитарный университет». – Москва, 2010. – 371 с.
83. Лисовская, Н. А. Капитализация культурного наследия и его место в современной системе управления городскими ценностями. – Текст: электронный / Н. А. Лисовская // Управление развитием территории. – 2013. – № 1. – URL: <http://www.gisa.ru/96563.html> (дата обращения: 17.03.2021).
84. Лихачёв, Д. С. Декларация прав культуры (проект). – Текст: электронный / Д. С. Лихачёв. – Санкт-Петербург: СПбГУП, 2000. – URL: <http://www.lihachev.ru/lihachev/deklaratsiya/123/> (дата обращения: 10.04.2020).

85. Лотман, Ю. М. Избранные статьи – Текст: электронный / Ю. М. Лотман. – Т. 1. – Таллинн, 1992. – С. 200–202. – URL: <http://lingvotech.com/lotman-92f> (дата обращения: 15.04.2020).
86. Лотман, Ю. М. Семиосфера / Ю. М. Лотман. – Санкт-Петербург: «Искусство – СПб», 2000. – 704 с.
87. Лузан, В. С. Культурная политика Российской Федерации в период с 1991 по 2017 годы: культурологический анализ: специальность 24.00.01 «Теория и история культуры (культурология)»: диссертация на соискание ученой степени доктора культурологии / Лузан Владимир Сергеевич; Сибирский федеральный университет – Красноярск, 2017. – 386 с.
88. Лэндри, Ч. Креативный город / Ч. Лэндри; [перевод с английского В. Гнедовского и др.]. – Москва: Издательский дом «Классика-XXI»: Фонд «Институт культурной политики», 2011. – 397 с.
89. Мазенкова, А. А. Культурное наследие как самоорганизующаяся система: специальность 24.00.01 «Теория и история культуры»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата философских наук / Мазенкова Анна Алексеевна; Тюменская государственная академия культуры и искусств. – Тюмень, 2009. – 22 с.
90. Мазуров, Ю. Л. Природное и культурное наследие как фактор развития природопользования, вопросы методологии и практики управления: специальность 25.00.24 «Экономическая, социальная и политическая география»: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора географических наук / Мазуров Юрий Львович; Московский государственный университет им. М. В. Ломоносова. – Москва, 2006. – 48 с.
91. Маклюэн, М. Понимание медиа: внешние расширения человека / М. Маклюэн; [перевод с английского В. Г. Николаева]. – Москва; Жуковский: «КАНОН-пресс-Ц», «Кучково поле», 2007. – 464 с.

92. Малый Иерусалим – Текст: электронный // Евпаторийский культурно-этнографический центр «Малый Иерусалим» [Сайт]. – URL: <https://little-jerusalem.ru/> (дата обращения: 25.12.2020).

93. Манильская декларация по мировому туризму (Манила (Филиппины), 27 сентября – 10 октября 1980 года). – Текст: электронный // Электронный фонд правовых и нормативно-технических документов [Сайт]. – URL: <http://docs.cntd.ru/document/901813698> (дата обращения: 28.04.2020).

94. Микитинец, О. И., Белкина, С. В. Возможности культурного наследия на территории Республики Крым как универсальной сферы взаимодействия субъектов поступательного социально-экономического и социально-культурного развития на современном этапе / О. И. Микитинец, С. В. Белкина // Культурная жизнь Юга России. – 2021. – № 1 (80). – С. 123–134.

95. Микитинец, О. И. Urban anthropology: роль креативных индустрий в конституировании городского культурного пространства / О. И. Микитинец // Культура народов Причерноморья. – 2012. – № 252. – С. 163–167.

96. Министерства по туризму южных регионов России и РГО начали развивать проект «Золотое кольцо Боспорского царства». – Текст: электронный // Проект «Золотое кольцо Боспорского царства» [Сайт]. – URL: <https://www.russian-bospor.ru/page3594806.html> (дата обращения: 10.04.2020).

97. Миронова, Т. Н. Сохранение культурного и природного наследия как главная черта культурной политики стран Европейского региона: Италия / Т. Н. Миронова // Знание. Понимание. Умение. – 2009. – № 2. – С. 41–48.

98. Музычук, В. Ю. Общественная поддержка культурной деятельности в рыночной экономике: вопросы теории и практики: специальность 08.00.01 «Экономическая теория (область исследований: общая экономическая теория; институциональная и эволюционная экономическая теория): автореферат диссертации на соискание ученой

степени доктора экономических наук / Муzychук Валентина Юрьевна; Институт экономики РАН. – Москва, 2013. – 50 с.

99. Муzychук, В. Ю. Сохранение культурного наследия в контексте социально-экономического развития России / В. Ю. Муzychук // Вестник Института экономики Российской академии наук. – 2017. – № 2. – С. 8–31.

100. Муzychук, В. Ю. Государственная поддержка культуры: ресурсы, механизмы, институты / В. Ю. Муzychук. – Москва; Санкт-Петербург: Нестор-История, 2013. – 280 с.

101. Мулярова, Е. В. Культурный ландшафт как правовая категория. – Текст: электронный / Е. В. Мулярова // Журнал Института наследия. – 2016. – № 4 (7). – URL: <http://nasledie-journal.ru/ru/journals/105.html> (дата обращения: 16.04.2020).

102. Нагорная, М. С., Шевцова, В. В. Практика государственно-частного партнёрства в сфере сохранения культурного наследия России / М. С. Нагорная, В. В. Шевцова // Управление в современных системах. – 2018. – № 1 (17). – С. 34–43.

103. Направления работы Российского научно-исследовательского института культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва. – Текст: электронный // Федеральное государственное бюджетное научно-исследовательское учреждение «Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва» [Сайт]. – URL: <http://heritage-institute.ru/?activities=turizm> (дата обращения: 05.04.2020).

104. Национальный атлас России. Том 4 «История. Культура». – Текст: электронный // Национальный атлас России [Сайт]. – URL: <http://xn--80aaaa1bhncclcc1cl5c4ep.xn--p1ai/cd4/about.html> (дата обращения: 15.04.2020).

105. Национальный проект «Культура». – Текст: электронный // Стратегия 24 – общероссийская цифровая платформа [Сайт]. – URL:

<https://strategy24.ru/rf/projects/project/view?slug=natsional-nyy-proyekt-kultura&category=culture> (дата обращения: 13.04.2020).

106. Нгуен, К. Х. Дискурс потенциала культуры как стратегического ресурса общества / К. Х. Нгуен // Вестник Кемеровского государственного университета культуры и искусств. – 2012. – № 4 (21). – С. 112–119.

107. Нгуен, К. Х. Культура как ресурс развития туризма во Вьетнаме: специальность: 24.00.01 «Теория и история культуры»: автореферат диссертации на соискание ученой степени доктора культурологии / Нгуен Куок Хынг; Московский государственный университет культуры и искусств. – Москва, 2013. – 34 с.

108. Нельзина О. Ю., Околоков А. В., Поляков Т. П. Тематические парки как учреждения музейного типа: проблемы и перспективы / О. Ю. Нельзина, А. В. Околоков, Т. П. Поляков. – Москва: Институт Наследия, 2019. – 288 с.

109. Никитина, А. В. Специфика философско-культурологической репрезентации культурного ландшафта: монография / А. В. Никитина. – Чебоксары: Чувашский государственный педагогический университет, 2014. – 189 с.

110. Никитина, Д. Ю. Бренд туристской дестинации – вершина пирамиды включенных брендов / Д. Ю. Никитина // Брендинг как коммуникативная технология XXI века: Материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2016. – С. 204–205.

111. Никонорова, Е. В. Культура и устойчивое развитие: основания взаимовлияния и контуры интеграции / Е. В. Никонорова // Обсерватория культуры. – 2016. – Т. 13. – № 6. – С. 644–651.

112. Нора, П. Проблематика мест памяти. Франция – память / П. Нора. – Санкт-Петербург: Издательство Санкт-Петербургского университета, 1999. – 865 с.
113. О проекте «Реестр (каталог) объектов нематериального культурного наследия народов Российской Федерации». – Текст: электронный // Электронный каталог нематериального культурного наследия народов России [Сайт]. – URL: <http://www.rusfolknasledie.ru/ih/ih/html/documents.shtml?179966> (дата обращения: 17.04.2020).
114. Овруцкий, А. В. Туристические практики: от информации к впечатлениям / А. В. Овруцкий // Сервис в России и за рубежом. – 2016. – № 8 (69). – С. 97–104.
115. Октябрьская, И. В. Концепция культурного наследия: мировой и российский опыт формирования / И. В. Октябрьская // Вестник НГУ. – 2013. – № 3. – С. 20–31.
116. Основы законодательства Российской Федерации о культуре от 09 октября 1992 г. № 3612-1 (ред. от 30.04.2021). – Текст: электронный // Справочно-правовая система «КонсультантПлюс» [Сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1870/ (дата обращения: 10.04.2020).
117. Пайн, Дж., Гилмор, Дж. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена / Дж. Пайн, Дж. Гилмор; [перевод с английского Н. А. Ливинской]. – Москва: Вильямс, 2005. – 171 с.
118. Парижская декларация о наследии как движущей силе развития (17ая Генеральная Ассамблея ИКОМОС, Париж, 2011 г.). – Текст: электронный // ИКОМОС Санкт-Петербург [Сайт]. – URL: http://icomos-spb.ru/component/joomdoc/2011a_%20.pdf/download (дата обращения: 17.03.2021).

119. Парк «Патриот». – Текст: электронный // Федеральное государственное автономное учреждение «Военно-патриотический парк культуры и отдыха Вооруженных Сил Российской Федерации «Патриот» [Сайт]. – URL: <https://patriotp.ru/> (дата обращения: 18.12.2020).

120. Паспорта региональных проектов. – Текст: электронный // Министерство культуры Республики Крым [Сайт]. – URL: <https://mkult.rk.gov.ru/ru/structure/2143> (дата обращения: 10.05.2020).

121. Понукалина, О. В., Логинова, Л. В. Имидж территории в контексте повышения туристской привлекательности региона / О. В. Понукалина, Л. В. Логинова // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. – 2016. – № 1 (31). – С. 65–72.

122. Постановление Совета министров Республики Крым № 437 от 31 августа 2017 г. «Об утверждении Государственной программы Республики Крым «Формирование современной городской среды». – Текст: электронный // Министерство экономического развития Республики Крым [Сайт]. – URL: https://minek.rk.gov.ru/uploads/txteditor/minek/attachments//d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/php4E6bhA_post_SMRK_437-17_18092019.pdf (дата обращения: 16.04.2020).

123. Постановление Совета министров Республики Крым от 22 ноября 2017 г. № 619 «Об утверждении Государственной программы Республики Крым "Охрана окружающей среды и рационального использования природных ресурсов Республики Крым"» (ред. от 12.11.2019). – Текст: электронный // Министерство экономического развития Республики Крым [Сайт]. – URL: https://minek.rk.gov.ru/uploads/txteditor/minek/attachments//d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/phpQItrqH_post_SMRK_619-17_12112019.pdf (дата обращения: 04.05.2020).

124. Постановление Совета министров Республики Крым от 31 января 2017 № 28 «Об утверждении Государственной программы Республики Крым "Развитие культуры, архивного дела и сохранение объектов культурного наследия Республики Крым" и признании утратившими силу некоторых постановлений Совета министров Республики Крым» (ред. от 19.09.2019). – Текст: электронный // Министерство экономического развития Республики Крым [Сайт]. – URL: https://minek.rk.gov.ru/uploads/txteditor/minek/attachments//d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/phphiahp4K_post_SMRK_28-17_19092019.pdf (дата обращения: 08.05.2020).

125. Приказ Министерства культуры Республики Крым от 28 апреля 2017 года № 109 «Об утверждении “Концепции развития музейного дела в Республике Крым на период до 2030 года”». – Текст: электронный // Министерство культуры Республики Крым [Сайт]. – URL: <https://mkult.rk.gov.ru/document/show/201> (дата обращения: 14.05.2020).

126. Природное и культурное наследие: междисциплинарные исследования, сохранение и развитие. Коллективная монография по материалам VI Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, РГПУ им. А. И. Герцена, 25-26 октября 2017 года / Отв. ред. В. П. Соломин, Н. О. Верещагина, А. Н. Паранина. – Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2017. – 570 с.

127. Проект «Южный берег Крыма – территория Всемирного наследия». – Текст: электронный // Фонд президентских грантов [Сайт]. – URL: <https://xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn--plai/public/contest/directions/culture> (дата обращения: 11.04.2020).

128. Путрик, Ю. С. Туризм как фактор сохранения наследия: исторический опыт и традиции / Ю. С. Путрик // Вестник Томского государственного университета. – 2008. – № 311. – С. 95–102.

129. Пшеничникова, Р. И. Культурный ресурс и новая культура XXI века / Р. И. Пшеничникова // Культура как ресурс социально-экономического развития: материалы международной научной конференции. – Улан-Удэ: Изд.-полигр. комплекс ФГОУ ВПО ВСГАКИ, 2010. – С. 7–12.

130. Райзберг, Б. А., Лозовский, Л. Ш., Стародубцева, Е. Б. Современный экономический словарь. – Текст: электронный / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский, Е. Б. Стародубцева. – 6-е изд., перераб. и доп. – Москва: ИНФРА-М, 2011. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_67315/1a6dbaa717f8837c4bd4332121e92bd73bbec049/ (дата обращения: 03.04.2020).

131. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 29 февраля 2016 г. № 326-р об утверждении «Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года». – Текст: электронный // Правительство Российской Федерации [Сайт]. – URL: <http://static.government.ru/media/files/AsA9RAyYVAJnoBuKgH0qEJA9IхP7f2xm.pdf> (дата обращения: 10.04.2020).

132. Распоряжение Совета министров Республики Крым от 28 июня 2019 года № 774-р «Об утверждении стратегии развития туристического кластера Республики Крым». – Текст: электронный // Правительство Республики Крым [Сайт]. – URL: https://rk.gov.ru/document/show/2019_07_19_09_56_rasporiazhenie_soveta_ministrov_respubliki_krym_ot_28_iyunia_2019_goda_774_r_ob_utverzhdanii_strategii_razvitiia_turisticheskogo_klas (дата обращения: 03.04.2020).

133. Резолюция Всероссийской научно-практической конференции «Цивилизационный путь России: культурно-историческое наследие и стратегия развития» (Москва, 15–16 мая 2018 г.). – Текст: электронный // Федеральное государственное бюджетное научно-исследовательское учреждение «Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва» [Сайт]. – URL:

<http://old.heritage-institute.ru/news/news-heritage-institute/item/3465-rezolyutsiya-vserossijskoj-nauchno-prakticheskoy-konferentsii-tsivilizatsionnyj-put-rossii-kulturno-istoricheskoe-nasledie-i-strategiya-razvitiya> (дата обращения: 09.04.2020).

134. Рожков, И. Я. Бренд-имидж региона в контексте бренд-имиджа страны / И. Я. Рожков // Актуальные проблемы социально-экономического развития Российской Федерации: бренд региона: материалы Всероссийской научно-практической конференции. – Улан-Удэ: ВСГУТУ, 2008. – С. 3–11.

135. Рубинштейн, А. Я. Вступительная заметка / А. Я. Рубинштейн // Журнал НЭА. – 2012. – № 2. – С. 126–127.

136. Рубинштейн, А. Я. К теории рынков опекаемых благ / А. Я. Рубинштейн // Вестник РУДН. Серия: Экономика. – 2011. – № 5. – С. 298–307.

137. Руководство по выполнению Конвенции об охране всемирного наследия. – Париж: Центр всемирного наследия ЮНЕСКО. – 2013. – 389 с. – URL:

http://kgiop.gov.spb.ru/media/uploads/userfiles/2017/08/10/26_11_2013_4.pdf

(дата обращения: 07.04.2020). – Текст: электронный.

138. Руководство по исследованиям посетителей музея. – Текст: электронный // Политехнический музей [Сайт]. – URL: <https://polymus.ru/ru/library/download/PM-MGT.pdf/> (дата обращения: 19.04.2020).

139. Рукосуева, М. В. Культурный продукт: к определению понятия. – Текст: электронный / М. В. Рукосуева. // Молодежь и наука: сборник материалов X Юбилейной Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 80-летию образования Красноярского края. – Красноярск: Сибирский федеральный университет, 2014. – URL: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2014/directions.html> (дата обращения: 20.04.2020).

140. Селезнёва, Е. Н. Теоретико-методологические проблемы актуализации культурного наследия. – Текст: электронный / Е. Н. Селезнёва // Культурологический журнал. – 2013. – № 2 (12). – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=20523158> (дата обращения: 22.04.2020).

141. Система статистики культуры ЮНЕСКО-2009. – Канада: Институт статистики ЮНЕСКО, 2010. – 99 с. – URL: <http://uis.unesco.org/sites/default/files/documents/unesco-framework-for-cultural-statistics-2009-ru.pdf> (дата обращения: 29.04.2020). – Текст: электронный.

142. Словарь музейных терминов. – Текст: электронный // Российская музейная энциклопедия [Сайт]. – URL: <http://www.museum.ru/rme/dictionary.asp?41> (дата обращения: 06.04.2020).

143. Совет по историческому наследию в Испании. – Текст: электронный // Министерство культуры и спорта [Сайт]. – URL: <http://www.culturaydeporte.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/informacion-general/gestion-en-el-ministerio/consejo-del-patrimonio-historico.html> (дата обращения: 20.04.2020).

144. Соловьёв, А. А., Гарбуз, Е. В. Проблемы и перспективы культурного туризма в Крыму / А. А. Соловьёв, Е. В. Гарбуз // Геополитика и экогеодинамика регионов. – 2015. – Вып. 1. – С. 53–61.

145. Сузи, А. М. Формирование современного имиджа российских регионов (на примере Республики Карелия): политологический аспект: специальность: 23.00.02 «Политические институты, процессы и технологии»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата политических наук / Сузи Андрей Михайлович; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова. – Москва, 2015. – 25 с.

146. Сущинская, М. Д. Развитие модели туризма впечатлений в культурном туризме / М. Д. Сущинская // Известия СПбГЭУ. – 2012. – № 2. – С. 107–111.

147. Теппер, С. Творческие активы и изменяющаяся экономика / Теппер С. // Государственная служба за рубежом. Управление культурой: реферативный бюллетень. – Москва: РАГС, 2004. – №5 (55). – С. 102–110.

148. Тросби, Д. Экономика и культура / Д. Тросби; [пер. с англ. И. Кушнareвой]. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. – 256 с.

149. Туристический портал Республики Крым: [сайт]. – URL: <http://www.visitcrimea.guide/> (дата обращения: 12.04.2020). – Текст: электронный.

150. Туристский бренд Крыма. – Текст: электронный // Министерство курортов и туризма Республики Крым [Сайт]. – URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/structure/896> (дата обращения: 10.04.2019).

151. Указ Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 г. № 808 «Основы государственной культурной политики». – Текст: электронный // Официальный интернет-портал правовой информации [Сайт]. – URL: <http://pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&firstDoc=1&lastDoc=1&nd=102364581> (дата обращения: 18.01.2021).

152. Услуги центр кластерного развития Республики Крым. – Текст: электронный // Центр кластерного развития Республики Крым [Сайт]. – URL: <https://business.rk.gov.ru/funds/ckr#home> (дата обращения: 12.04.2020).

153. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132–ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (ред. от 08.06.2020). – Текст: электронный // Справочно–правовая система «КонсультантПлюс» [Сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c (дата обращения: 12.04.2020).

154. Федеральный закон от 25 июня 2002 г. № 73–ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской

Федерации» (ред. от 24.04.2020). – Текст: электронный // Справочно–правовая система «КонсультантПлюс» [Сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37318/ (дата обращения: 29.04.2020).

155. Федеральный закон от 25 июня 2002 г. № 73–ФЗ «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» (ред. от 24.04.2020). – Текст: электронный // Справочно–правовая система «КонсультантПлюс» [Сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_37318/ (дата обращения: 13.04.2020).

156. Федеральный закон от 6 октября 2003 г. № 131-ФЗ «Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации» (ред. 24.04.2020). – Текст: электронный // Справочно–правовая система «КонсультантПлюс» [Сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_44571/ (дата обращения: 10.04.2020).

157. Флиер, А. Я. Культура как среда: опыт аналитического структурирования. – Текст: электронный. / А. Я. Флиер // Культура культуры. – 2014. – №1 (1). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kultura-kak-sreda-opyt-analiticheskogo-strukturirovaniya> (дата обращения: 16.04.2020).

158. Хезмондалш, Д. Культурные индустрии / Хезмондалш Д.; [перевод с английского И. Кушнаревой]. – Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2014. – 456 с.

159. Хейзинга, И. Homo ludens. В тени завтрашнего дня: / И. Хейзинга; [Перевод с нидерландского и примечания В. В. Ошиса; общ. ред. и послесл. Г. М. Тавризян]. – Москва: Прогресс, 1992. – 464 с.

160. Чепайтене, Р. Культурное наследие в глобальном мире / Р. Чепайтене; [перевод с литовского М. Завьяловой]. – Вильнюс: ЕГУ, 2010. – 298 с.

161. Шишкина, А. А. Культурный ландшафт: основные концепции / А. А. Шишкина // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. – 2011. – № 1 (21). – С. 151–157.
162. Шуб, М. Л. и Кособуцкая, Н. Ю. Культурное наследие в свете современных гуманитарных подходов / М. Л. Шуб и Н. Ю. Кособуцкая // Вестник КемГУКИ. – 2017. – № 41. – С. 33–40.
163. Шульгин, П. М. Историко-культурное наследие как особый ресурс региона и фактор его социально-экономического развития / П. М. Шульгин // Мир России. – 2004. – № 2. – С. 115–133.
164. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions / S. Anholt. – N.Y.: Palgrave Macmillan, 2007. – 135 p.
165. Assessing the Values of Cultural Heritage. Research Report Edited by Marta de la Torre. The Getty Conservation Institute. – 2002. – 120 p.
166. Robinson M., Phipps A. Cultural Tourism in a Changing World. Politics, Participation and (Re) presentation. – URL: <http://www00.unibg.it/dati/corsi/44108/50648-smith-robinson-proofs.pdf> (дата обращения: 01.05.2020). – Текст: электронный.
167. Tallarita, A. L. Il patrimonio culturale. – URL: https://www.academia.edu/38742296/IL_PATRIMONIO_CULTURALE (дата обращения: 14.04.2020). – Текст: электронный.
168. Waterton, E. Heritage Tourism and its Representations. – URL: https://www.academia.edu/2049873/Heritage_Tourism_and_its_Representations (дата обращения: 23.04.2020). – Текст: электронный.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение 1

Анкета для оценки впечатлений посетителей музея-заповедника «Херсонес Таврический»

**Для нас важно мнение каждого посетителя!
Пожалуйста, ответьте на несколько вопросов. Ответы помогут нам
сделать ваши впечатления незабываемыми!**

1. Вы впервые посещаете музей-заповедник?

- ☐ впервые
- ☐ уже посещал (и)

2. Что для вас стало поводом для посещения нашего музея-заповедника?

3. Ваше постоянное место жительства?

4. Чем вы занимаетесь?

- ☐ работаю
- ☐ учусь (укажите в каком вузе и на какой специальности)

- ☐ школьник (ца)
- ☐ пенсионер (ка)
- ☐ домохозяйка / в декретном отпуске
- ☐ ваш вариант _____

5. Связано ли посещение музея-заповедника с вашей работой, учебой, увлечениями? Если да, то каким образом?

6. Какими социальными сетями вы пользуетесь?

- ☐ ВКонтакте
- ☐ Одноклассники
- ☐ Facebook
- ☐ Twitter
- ☐ Instagram
- ☐ не зарегистрирован в социальных сетях

7. С кем вы сегодня посещали музей-заповедник?

8. Что на вас произвело большее впечатление в нашем музее-заповеднике?

9. Что вам не понравилось в музее-заповеднике? Что бы вы посоветовали улучшить или изменить?

10. Оцените ваше общее впечатление после посещения музея-заповедника по пятибалльной шкале?

11. Ваш пол?

- ☐ Мужской
- ☐ Женский

12. Ваш возраст?

- ☐ 14-18
- ☐ 19-24
- ☐ 25-34
- ☐ 35-44
- ☐ 45-54
- ☐ 55-64
- ☐ более 65

Благодарим за участие в анкетировании! Будем рады видеть вас в нашем музее-заповеднике снова!



МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РЕСПУБЛИКИ
КРЫМ

ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ КУЛЬТУРЫ РЕСПУБЛИКИ
КРЫМ
«ЛИВАДИЙСКИЙ ДВОРЕЦ-МУЗЕЙ»

298655, Россия, Республика Крым,
г. Ялта, пгт. Ливадия,
ул. Батурина, 44-А
Тел./факс: +7 3654 31 55 79

E-MAIL: LIVADIA-PALACE@MAIL.RU
ЛИВАДИЙСКИЙ-ДВОРЕЦ.РФ

ИСК. № 1232/09-9
от 18.11. 2020 г.

Ректору
Государственного
бюджетного
образовательного учреждения
Республики Крым
«Крымский университет
культуры, искусств и
туризма»
Горенкину В.А.

Уважаемый Валерий Анатольевич!

Сотрудники ГАУК РК «Ливадийский дворец-музей» провели анализ научного проекта «Модель репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма» старшего преподавателя кафедры туризма ГБОУВОРК «Крымский университет культуры, искусств и туризма» Белкиной Светланы Валентиновны. Актуальность проекта не вызывает сомнения, поскольку связана с повышением привлекательности объектов культурного наследия и развитием индустрии туризма в Республике Крым. Предполагаемые результаты проекта направлены на формирование качественной культурной среды региона, развитие перспективных направлений туризма и могут быть использованы музеями с целью привлечения потенциальных посетителей. Теоретическо-методологическая основа проекта разработана в полном объеме: была обоснована модель репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма, а также алгоритм оценки культурного наследия как инструмента реализации кластерного подхода в рамках предложенной модели. Среди достоинств проекта следует отметить **высокую вероятность**

результативного внедрения модели репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма и алгоритма оценки культурного наследия в контексте экономики впечатлений в работу ГАУК РК «Ливадийский дворец-музей».

С уважением,

Директора ГАУК РК
«Ливадийский дворец - музей»



Декушева Л.В.

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РЕСПУБЛИКИ КРЫМ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ КУЛЬТУРЫ
РЕСПУБЛИКИ КРЫМ
«АЛУПКИНСКИЙ ДВОРЦОВО-ПАРКОВЫЙ МУЗЕЙ-ЗАПОВЕДНИК»

ул. Дворцовое шоссе, 18,
дворец;
г. Алушка,
Республика Крым,
298676

Тел. (3654) 72-29-51; 72-22-81(Воронцовский
(3654) 23-28-25 (Массандровский дворец).
Факс (3654) 72-29-51; 72-10-30; 23-28-25
E-mail: direction@worontsovpalace.org (приемная)
huh@worontsovpalace.org (бухгалтерия)
nauka@worontsovpalace.org (научный отдел)

от 13.11.2020 № 1050/18-03
на № _____ от _____

Ректору
Государственного бюджетного
образовательного учреждения
высшего образования
Республики Крым
«Крымский университет
культуры, искусств и
туризма»
Горенкину В.А.

Уважаемый Валерий Анатольевич!

Ответственными сотрудниками Государственного автономного учреждения культуры Республики Крым «Алупкинский дворцово-парковый музей-заповедник» была проведена экспертиза научного проекта «Модель репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма» старшего преподавателя кафедры туризма ГБОУ ВОРК «Крымский университет культуры, искусств и туризма» Белкиной Светланы Валентиновны. В результате было установлено, что теоретическая основа проекта разработана в полном объеме: была обоснована модель репрезентации культурного ландшафта как объекта наследия средствами туризма, а также алгоритм оценки культурного наследия как инструмент реализации кластерного подхода в рамках предложенной модели. Актуальность данного проекта проявляется в его направленности на повышение привлекательности объектов культурного наследия и развитие индустрии туризма в Республике Крым. Его реализация может способствовать формированию качественной культурной среды региона, а также развитию перспективных направлений регионального туризма. Особо следует отметить высокую вероятность результативного внедрения модели

репрезентации культурного ландшафта, как объекта наследия средствами туризма и алгоритма оценки культурного наследия в контексте экономики впечатлений в работу ГАУК РК «Алупкинский дворцово-парковый музей-заповедник».

С уважением,
Директор

А. П. Балинченко