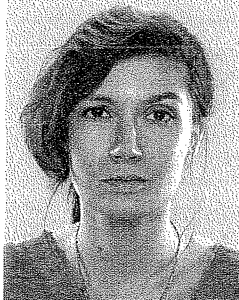


Этнокультурные ландшафты Беларуси как национальный туристский бренд

УДК 338.48-6:39(476)



Валерия КАЗАКОВА,
соискатель

Валерия КАЗАКОВА. Этнокультурные ландшафты Беларуси как национальный туристский бренд. В статье обозначена роль этнокультурных ландшафтов Беларуси в сфере туризма, рассмотрен их туристический потенциал.

Ключевые слова: туризм, этнокультурный ландшафт, региональная культура, территориальная идентичность.

Valeria KAZAKOVA. Ethnocultural landscapes of Belarus as a national tourist brand. The article outlines the role of the ethnocultural landscapes of Belarus in tourism, and examines their tourism potential.

Keywords: tourism, ethnocultural landscape, regional culture, territorial identity.

Специфика духовной и культурной жизни этнической общности способствует уникальному освоению территорий, формируя неповторимые в своем роде этнокультурные ландшафты. Как утверждает российский исследователь доктор философских наук В.С. Морозова, «этнокультурный ландшафт как пространство, репрезентирующее историко-культурную среду обитания конкретных народов, выступает важнейшей единицей исследования современной культуры» [1].

Социальная значимость ландшафтоведения особенно возрастает в эпоху метамодерна. Согласно В.Н. Калущкову, в семантическом анализе концепта *Landschaft* содержится четыре основных слоя значений: территориальные (ландшафт как территория), визуальные (ландшафт как вид), художественные (ландшафт как пейзаж) и земские (ландшафт как комплекс территории и живу-

щего на ней человеческого сообщества) [2]. В таком контексте под ландшафтом могут пониматься и пространственно-визуальный ансамбль места, и репрезентация местности, и символический феномен, и метафора, и текст в лингвистическом смысле («чтение ландшафта») [2].

Многозначность ландшафта способствует формированию многоплановых исследований, в частности, одним из перспективных направлений научной мысли является этнокультурное ландшафтоведение. Ландшафты в совокупности составляют жизненную среду человечества, они обладают экологическим и ресурсным потенциалом [3, с. 4].

Мировой опыт показывает, что этнокультурный ландшафт является аттракцией для туристов. Стоит отметить, что в качестве объекта наследия он должен репрезентативно представлять конкретный геокультурный регион и быть способным продемонстрировать отличительные региональные черты. В пределах конкретных этнокультурных ландшафтов, как правило, должны запечатлеться все самые значительные вехи в истории становления и развития определенного этноса [4, с. 120–121]. Как феномен культурного наследия человечества ландшафты составляют основу создания многих ресурсов туризма – национальных парков, музеев-заповедников и т. д.

Среди наиболее значимых видов этнокультурных ландшафтов с точки зрения

ОБ АВТОРЕ

КАЗАКОВА Валерия Александровна.

Родилась в г. Минске. Окончила исторический факультет Белорусского государственного университета (2014), магистратуру БГУ (2016). Соискатель кафедры этнологии, музеологии и истории искусств исторического факультета БГУ.

В 2014–2018 годах – преподаватель кафедры этнологии, музеологии и истории искусств исторического факультета БГУ. С апреля 2019 по март 2020 года – начальник отдела маркетинговых коммуникаций Центра корпоративных коммуникаций БГУ.

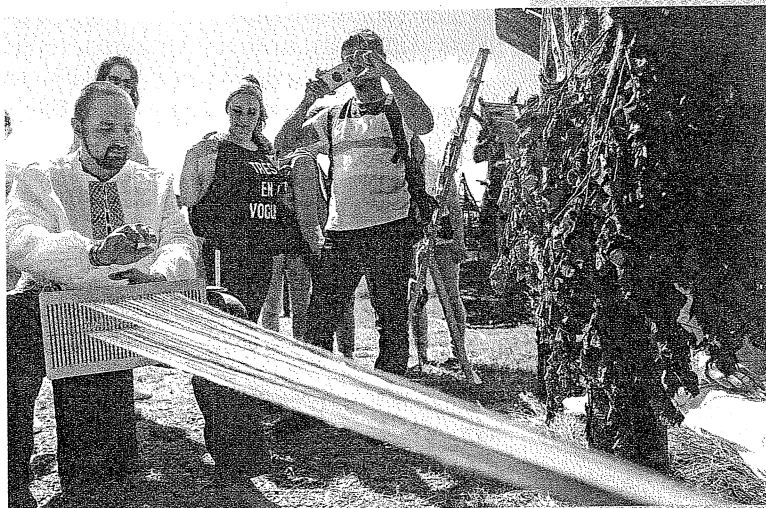
Автор 20 научных работ, в том числе соавтор пособия для иностранных студентов «История культуры Беларуси».

Сфера научных интересов: этнология, охрана историко-культурного наследия и туризм.

въездного и внутреннего туризма Республики Беларусь, опираясь на классификацию А.Г. Бутузова, можно выделить следующие: сельскохозяйственные ландшафты; бelligеративные ландшафты – затронутые или возникшие в результате военных действий (старинные города с остатками фортификационных сооружений, как Бобруйская, Брестская крепости); городские (историческая застройка); горнопромышленные (например, карьер в Микашевичах и др.); рекреационные (лесные массивы – Налибокская и Беловежская пушчы, группы озер – Браславская, Нарочанская и др.), а также входящие сюда болотные и озерно-болотные микроландшафты, характерные именно для Беларуси.

Такие виды этнокультурных ландшафтов используются в отечественной индустрии туризма в следующих форматах: территориальный брендинг – разработка туристского имиджа тех или иных регионов; создание и развитие заповедников, национальных парков, скансенов (музеев под открытым небом) и т. п.; создание специальных маршрутов, организация площадок обзора для обозрения этнокультурных ландшафтов, использование видеороликов и фотографий с их изображением для продвижения в сфере массмедиа и т. д.; включение этнокультурных ландшафтов страны в единый комплекс объектов агроэко-туризма (агротуристские комплексы под открытым небом, агроусадьбы, туристические деревни).

Как утверждал известный британский социолог Д. Урри, туристу крайне важно увидеть специфические знаки или отличительные особенности той или иной страны своими глазами. В результате появляются устоявшиеся образы: скажем, «типичная английская деревня, типичный американский небоскреб, типично немецкая пивоварня, типично французский замок» [5, с. 95]. Для Беларуси характеристикой территорий могут стать образы уютных белорусских поселков, а также белорусская «пастораль» в виде сельских пейзажей, лесные массивы, в которые органично вписаны деревни и



▲ Археологический музей под открытым небом в Беловежской пушче. 2019 год

города, старинные кладбища и т. д. Такая «мозаика» в сознании туриста превращается в систему целостных «образов места». Под образом места принято понимать «иррационально окрашенное стереотипное восприятие места, сложившееся под влиянием произведений литературы и народного творчества» [4, с. 167].

— Специфику культурного наследия и ландшафтов территории определяют историко-географические предпосылки. В структуре, свойствах и организации этнокультурных ландшафтов отражаются закономерности развития этноса, его взаимодействия с окружающей средой и отношение к ней [6, с. 2]. Этнокультурный ландшафт не может рассматриваться в отрыве от мифологии, духовной культуры, фольклора, традиций народа. Неслучайно в своем творчестве признанные мастера слова и кисти, народные умельцы часто прибегают к аллегориям с использованием привычных образов родного края [4, с. 138].

По мнению В.С. Морозовой, духовные и историко-культурные локусы региона, несущие в себе «неприкосновенный запас» ценностей культуры прошлого, в современной культурно-философской мысли могут рассматриваться через концепцию этнокультурного ландшафта как пространства сосредоточия и выражения региональной культуры [1]. Таким образом, этнокультурный ландшафт мож-

но рассматривать как «конструируемое региональной культурой пространство», «физическое и ментальное выражение региональных культур», материальную форму регионального культурного наследия, а также «прямую проекцию региональной культуры, ее рефлексии» [1].

Региональная идентичность прочитывается рядом ученых именно как процесс и результат идентификации индивида с духовно и/или материально значимой для него местностью («малой родиной») [7, с. 69]. Нередко знаковые, культурно идентифицируемые элементы приобретают для членов местных сообществ поистине сакральный смысл [4, с. 169]. Поэтому существует достаточное количество наработок по развитию сферы национальной культуры региона на основе использования потенциала территориальной идентичности. Основное средство – символический менеджмент. Так, символами определенной территории становятся музеи, памятники истории и культуры, производимые в регионе товары, исторические факты и персонажи, местные природные, географические объекты [8, с. 439].

В эпоху «брендшафтов», когда информация об объекте приобретает гораздо большую ценность, чем сам объект, целесообразно применять экономические подходы к формированию образа территорий. В логике консюмеризма, маркетинговых технологий и бренд-менеджмента территория как совокупность географических, культурных, исторических, экономических, социальных, политических характеристик может стать объектом для брендинга, который способен повысить конкурентоспособность с целью привлечения капитала [9, с. 247].

Этнокультурные ландшафты служат своеобразным ресурсом и необходимой основой для развития самых разных видов туризма, а также способствуют территориальному маркетингу и брендингу тех или иных дестинаций. Особенно это актуально для агроэкотуризма, который является одним из приоритетных видов как внутреннего, так и въездного ту-

ризма в Беларуси. Современная модель его развития предполагает воссоздание аутентичной социокультурной среды сельских поселений. Создание агроусадьб и туристских деревень ценно еще и тем, что этнокультурный ландшафт там не подвергается мощному воздействию – его сохранение в приоритете.

Неповторимым этнокультурным пространством, а также большим потенциалом для развития агроэкотуризма, фольклорно-этнографического туризма обладают аутентичные белорусские поселения, как, например, полесские деревни Кудричи (Пинский район Брестской области), Глинище (Хойникский район Гомельской области), сохранившие в полном объеме свой характерный облик. В таких местах необходимо поддерживать народные традиции и аутентичную атмосферу, превращая их в настоящие скансены, где местное население выступает в качестве живых экспонатов – носителей традиционной культуры. Ориентируясь на опыт уже созданных туристических деревень, этнокультурное наследие этих мест следует также активно использовать в сфере туризма, одновременно способствуя его сохранению и популяризации.

Подобный подход видится перспективным также и в связи с тем, что одним из главных трендов туриндустрии сегодня является так называемый *deer tourism* (глубокий туризм), в основе которого – погружение в чужую культуру, а также самостоятельный туризм – *backpacking* (бэкпэкинг). Именно бэкпэкиеры являются «первооткрывателями» туристских мест и во многом осуществляют их «брендинг». По мнению профессора Копенгагенской школы бизнеса К. Ои, «для стран, которые хотят себя продвинуть на рынке, сложно найти лучших пропагандистов» [10].

Белорусский въездной туризм может соответствовать данным трендам и предлагать путешествия с возможностью глубокого погружения в быт и традиции местных жителей колоритных белорусских поселков и деревень, таких как Мотоль, Бездеж, Неглюбка, Бояры,

Пинковичи, Огово, Городная и многих других. Это дает возможности для получения оригинального туристского опыта и незабываемых впечатлений.

Современных путешественников привлекает также и полноценное воссоздание социокультурной среды поселений с богатой исторической биографией (традиционная застройка, бытовой уклад и т. д., окружающие ландшафты). Особую роль в будущем развитии въездного и внутреннего туризма в Беларуси смогут сыграть этнокультурные парки. Большим потенциалом в связи с этим обладает Минское городище, которое в перспективе может стать уникальным этнокультурным парком, где сохранились остатки земляных укреплений, что свидетельствует о нахождении здесь древнего города Менска. Этнокультурные ландшафты Минского городища могли бы стать продолжением знаменитого белорусского скансена в деревне Озерцо. Нельзя забывать, что туристу, в особенности бэкпэкеру, всегда интереснее интерактивная деятельность, нежели просто осмотр объектов. Упор следует делать на создание таких услуг, которые предоставят путешественнику роль активного участника познавательного процесса, предположим, в качестве ремесленника (ткача, гончара или кузнеца), когда невольно происходит приобщение к материальной культуре местного этнического сообщества. Существенным, исходя из этого, является воссоздание местных традиций.

Сегодня ландшафты преобразуются за счет туристов, но крайне важно соблюдать определенный баланс, который позволил бы сохранить аутентичность. Доктор географических наук Ю.А. Веденин предполагает необходимость учета процессов взаимодействия между культурой и природой в их временном и пространственном измерении, объектами наследия и окружающей их средой, свидетельствующими об их укорененности и целостности, а также материальными и нематериальными ценностями, определяющими значимость наследия как носителя множества историко-



▲ Во время этнопраздника «У госці да радзімічаў» в агрогородке Радомля Чаусского района. 2019 год

культурных кодов [11]. Например, белорусское Поднепровье славится своими целебными источниками и богатым пластом легенд и преданий, связанных с ними. В числе таких мест – источник у Свято-Пустынского Успенского мужского монастыря в Мстиславском районе, Польшковичская криница около Могилева, Голубая криница близ Славгорода, куда на Медовый Спас совершаются массовые паломничества. Сегодня эти родники – своеобразный туристский бренд Могилевщины.

В свою очередь, территориальный бренд Нарочанского края включает такие элементы, как «зодчество», «рыбацкий край», «события Первой и Второй мировых войн», «альтернативная энергетика», «озера, природа», «эко-тропы» и пр. Уникальной красоты природные рельефы можно также увидеть по берегам рек Припять, Западный Буг и Нёман, в верховье Десны. Есть водные ландшафты, испытавшие антропогенное воздействие, в частности, в результате строительства шлюзов, искусственных водохранилищ и т. п.

Для Беларуси актуально понятие «цивилизационных рек», вокруг которых веками формировались городские и сельские ландшафты, во многом определявшие этническую культуру прибрежных территорий. К таким водным артериям можно отнести Днепр с притоками, Нёман, Западную Двину. Этнокультурные

ландшафты, сформированные вокруг «цивилизационных рек», отличаются не только природной уникальностью и красотой, но также обширным пластом архетипов: фольклорных, исторических, литературных.

Фольклор белорусов хранит много образов и представлений об уникальных природных и этнокультурных ландшафтах нашей страны. Например, легенда о цмоке – полесском драконе, живущем в реке Горынь, содержит в себе интересную информацию о частых наводнениях в Полесском крае и об особенностях приспособления местных жителей к разгулу стихии. Есть легенды о том, что цмоки существовали в Выгонощанском озере (Ивацевичский район), в Красном озере (Князь-озере) Житковичского района, в Лепельском озере и др. Циклы таких легенд в образной форме характеризуют восприятие древними белорусами родной природы, ее мифологизацию. Подобные образы также могут служить основой для создания туристских брендов, маршрутов, сувенирной продукции и т. д. Цикл полесских легенд про змея-цмока, скажем, может стать общей концепцией для туристских кластеров и программ под названием «В поисках цмока» или же «Царство змея». Резиденция белорусского цмока могла бы расположиться в национальном парке «Припятский», а добраться в его жилище туристам предложили бы на лодках, чтобы в пути рассматривать пейзажи.

Для Беларуси в принципе характерны культы камней и культы криниц, которые по многим преданиям охранял дракон-цмок. И это может быть использовано в туризме в самых различных видах. Существует интересное предположение про коэволюционный подход древних белорусов к своей природе, согласно которому все плохое, что человек хочет сделать для окружающей среды, возвращается в виде «цмока». Это свидетельствует о глубоких корнях «экологического сознания» белорусского этноса и его бережном отношении к родной природе, желании сохранять и поддерживать уникальность ландшафтов.

Красота белорусской природы издавна привлекала внимание художников, писателей. По мнению ученых, ландшафтные особенности, природные образы заключают в себе выразительность и красоту мира. Не только реки, но и лес – объекты национального мироздания. Они взаимосвязаны, всегда имели огромное значение в жизни белоруса. Глубокое осмысление находит в поэзии мотив земледельческого круговорота, ибо от нового произрастания зерна зависит сохранение генетических связей с родной землей [12].

Литературное, фольклорное и художественное наследие Беларуси, где в образной форме раскрывается уникальность и красота этнокультурных ландшафтов страны, обладает большим потенциалом для репрезентации в туристской сфере. По мнению В.Н. Калущкова, «искусство, и особенно живопись, расширило представление о ландшафте как о художественном образе, облеченном в новую культурную форму – пейзаж». Пейзаж как экран окружающего мира формирует эстетические вкусы общества, создает и воспроизводит образы стран, городов, отдельных мест [2].

Все это в совокупности способствует созданию визуально-эстетического пласта смысловых значений ландшафта, которые нужно использовать в сфере туризма. Для этого необходимо серьезно развивать образно-символическое направление ландшафтных исследований и использовать произведения ландшафтной живописи в качестве источников географической информации. Художественные образы Беларуси можно исследовать, например, в знаменитых рисунках Н. Орды, картинах В. Бялыницкого-Бирули, пейзажах В. Цвирко, в графике А. Тычины, С. Каткова, метафорических произведениях В. Юшкевича, М. Шагала или Я. Дроздовича, последний, к слову, мог бы тоже стать художественным брендом страны или отдельных ее регионов.

Не менее перспективным в сфере туризма может быть и лэнд-арт – направление в искусстве, основанное на

использовании реального ландшафта в качестве пространственных инсталляций художественного материала и объектов различных перформансов [13, с. 128]. Для Беларуси такой вид переосмысления ландшафта возможно использовать и для преобразования уже существующих туристских зон. Идея об эстетической ценности нашей природы имеет глубокие корни в истории и фольклоре. Сохранение красивого ландшафта в эстетическом отношении оправдано, как и сохранение памятников культуры.

Для туристов сегодня актуальна эстетическая оценка наиболее привлекательных точек как панорамного, так и кругового обзора туристских объектов и этнокультурных ландшафтов. Особую красоту несет многоплановость, контрастность ландшафтов, их живописность, сложность, изменчивость в разные сезоны года. Исходя из этого, целесообразно создавать отдельные туристические маршруты: сухопутные, а также водные.

Следует также отметить важность для туристов ландшафтной интерпретации. Например, направление «ландшафт как текст» акцентирует внимание на прочтении и понимании любого явления в ландшафте в качестве информации, текста [14]. «Ландшафтный текст» состоит из разных типов и форм репрезентаций. Определенным смыслом наделяются природные и антропогенные объекты. Это могут быть «заветные» дуб, роцца, утес, старинные развалины и отдельные дома. Прочтение значения отдельных элементов ландшафта лежит в основе его интерпретации [15, с. 46]. Поэтому нужно грамотно выстроить экскурсионный показ, а также правильно раскрыть все знаковые слои в экскурсионном тексте, интерпретировать семантику всех элементов ландшафтов.

В завершение стоит отметить, что этнокультурные ландшафты являются важной частью репрезентации историко-культурного и природного наследия любой туристической дестинации в сферах въездного и внутреннего туризма. В совокупности комплексная репрезентация всех видов этнокультурных ландшафтов

Республики Беларусь в региональном разрезе приведет к формированию уникальных «образов места», что позволит закрепить в массовом сознании у туристов определенный белорусский ландшафтный архетип, который одновременно будет являться неповторимым и узнаваемым национальным туристским брендом. ■

Статья поступила
в редакцию 04.03.2020 г.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Морозова, В.С. Этнокультурный ландшафт российско-китайского приграничья как пространство сосредоточия и выражения региональной культуры [Электронный ресурс] / В.С. Морозова // Современные проблемы науки и образования. – 2012. – № 6. – Режим доступа: <https://www.science-education.ru/ru/article/view?id=7960>. – Дата доступа: 20.01.2020.
2. Калуцков, В.Н. Ландшафтная концепция в культурной географии: автореф. дис. ... д-ра геогр. наук: 25.00.24 [Электронный ресурс] / В.Н. Калуцков // Earthpapers. – Режим доступа: <http://earthpapers.net/landshaftnaya-kontseptsiya-v-kulturnoy-geografii#ixzz634qLh2pl>. – Дата доступа: 22.01.2020.
3. Марцинкевич, Г.И. Ландшафтоведение Беларуси: этапы и перспективы развития / Г.И. Марцинкевич // Современные проблемы ландшафтоведения и геоэкологии: материалы V Междунар. науч. конф. (к 80-летию геогр. фак. и каф. геогр. экологии Белорус. гос. ун-та), 14–17 окт. 2014 г., Минск / редкол.: А.Н. Витченко (науч. ред.) и др. – Минск: Издательский центр БГУ, 2014. – С. 3–6.
4. Бутузов, А.Г. Этнокультурный туризм: учебное пособие / А.Г. Бутузов. – М.: КноРус, 2013. – 248 с.
5. Урри, Д. Туристическое созерцание и «окружающая среда» / Д. Урри // Вопросы социологии. – 1996. – № 7. – С. 70–99.
6. Дегтева, Ж.Ф. Пространственная организация традиционных этнокультурных ландшафтов Якутии [Электронный ресурс] / Ж.Ф. Дегтева // Человек: Образ и сущность. Гуманитарные аспекты. – 2019. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/v/prostranstvennaya-organizatsiya-traditsionnyh-etnokulturnyh-landshaftov-yakutii>. – Дата доступа: 23.01.2020.
7. Грищенко, А.А. Культурно-географическая дифференциация и региональная идентичность в городах Брянской области / А.А. Грищенко // Культурные ландшафты России и устойчивое развитие: четвертый выпуск трудов семинара «Культурный ландшафт»; отв. ред. Т.М. Красовская. – М.: Географический факультет МГУ, 2009. – С. 69–72.
8. XIII апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества: в 4 кн. / Высшая школа экономики, нац. исслед. ун-т [и др.]; отв. ред. Е.Г. Ясин. – Кн. 2. – М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. – 636 с.
9. Коваленко, Е.Н. Урал как объект брендинга / Е.Н. Коваленко // Культурные ландшафты России и устойчивое развитие: четвертый выпуск трудов семинара «Культурный ландшафт»; отв. ред. Т.М. Красовская. – М.: Географический факультет МГУ, 2009. – С. 245–247.
10. Рагозин, Л. Час пик на обочине / Л. Рагозин // Русский Newsweek. – 2007. – № 47 (171).
11. Роль культурных ландшафтов в развитии туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.tio.by/info/newspaper/18697>. – Дата доступа: 25.01.2020.
12. Бельский, А.И. Человек и природа в современной белорусской поэзии: автореф. дис. ... канд. филол. наук: 10.01.02 [Электронный ресурс] / А.И. Бельский. – Режим доступа: <http://cheloveknauka.com/chelovek-i-priroda-v-sovremennoy-beloruskoy-poezii#ixzz6BqWjZCPq>. – Дата доступа: 22.01.2020.
13. Архипова, Я.А. Объекты лэнд-арта в искусстве ландшафта / Я.А. Архипова // Культурные ландшафты России и устойчивое развитие: четвертый выпуск трудов семинара «Культурный ландшафт»; отв. ред. Т.М. Красовская. – М.: Географический факультет МГУ, 2009. – С. 128–130.
14. Duncan, J.S. Review of Social formation / J.S. Duncan // Annals of the Association of American Geographers. – 1987. – 77. – P. 309–311.
15. Замятина, Н.Ю. Культурно-ландшафтные исследования города / Н.Ю. Замятина // Культурные ландшафты России и устойчивое развитие: четвертый выпуск трудов семинара «Культурный ландшафт»; отв. ред. Т.М. Красовская. – М.: Географический факультет МГУ, 2009. – С. 45–50.