



УДК 008 +910
ББК Ч 11

Жаргал Баирович Балдандоржиев

кандидат культурологии, директор,

Центр дополнительного профессионального образования и сертификации квалификаций,
Забайкальский государственный университет
(Чита, Россия), e-mail: zhargal1977@mail.ru

Инна Александровна Горлова

аспирант,

Забайкальский государственный университет
(Чита, Россия), e-mail: gorlova1989@mail.ru

Александр Николаевич Новиков

кандидат географических наук, доцент,
Забайкальский государственный университет
(Россия, Чита), e-mail: geonov77@mail.ru

Культурно-географические особенности трансграничного позиционирования города (на примере г. Нерчинска Забайкальского края)

Позиционирование территорий как процесс продвижения и укрепления их позиций на туристских рынках основан на создании в информационном пространстве культурно-географических образов. Культурно-географические образы отражают объекты культурного наследия как туристские ресурсы, тем самым превращая эти объекты в культурно-географические бренды. Выявление позиций объектов культурного наследия в информационном пространстве сети Интернет проводится с помощью контент-анализа.

Презентация брендов в различных рейтингах информационного пространства составляется по результатам голосования – это не столько выявление позиции территории, сколько её формирование. Объекты культурного наследия города Нерчинска активно позиционируются в национальном информационном пространстве России через участие в конкурсах по составлению рейтингов объектов культурного и природного наследия. Однако, трансграничное позиционирование в китайско- и монгольском сегментах информационного пространства сети Интернет значительно уступает национальному сегменту.

Ключевые слова: Бутинский дворец, Забайкальский край, культурная география, культурное наследие, культурно-географический образ, Нерчинск, позиционирование, Церковь Успенья Божьей Матери.

Zhargal Bairovich Baldandorzhiiev

Candidate of Culturology, Director,

Center for Continuing Professional Education, Certification of Qualifications,
Zabaikalsky State University
(Chita, Russia), e-mail: zhargal1977@mail.ru

Inna Aleksandrovna Gorlova

Postgraduate Student,

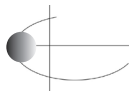
Zabaikalsky State University
(Chita, Russia), e-mail: gorlova1989@mail.ru

Aleksandr Nikolaevich Novikov

Candidate of Geography, Associate Professor,
Zabaikalsky State University
(Chita, Russia), e-mail: geonov77@mail.ru

Cultural and Geographical Features of Transboundary Town Positioning (On the Example of Nerchinsk, Zabaikalsky Krai)

Positioning of areas as the process of promoting and strengthening their position in the tourist markets is based on the creation of cultural and geographical images in the information space. Cultural and geographical images reflect cultural heritage as tourism resources, thus transforming these objects into cultural and geographical brands. Identifying items of cultural heritage in the information space of the Internet is performed using content analysis.



Presentation of brands in different ratings of the information space is composed by voting. The task is not just to identify the position of the territory, but its formation as well. Cultural heritage of Nerchinsk is actively positioned in the national information space of Russia through participation in competitions on the rankings of cultural and natural heritage. However, trans-positioning in the Chinese-Mongolian-segments and the information space of the Internet are far below the national segment.

Keywords: Butin's Palace, Zabaikalsky Krai, cultural geography, cultural heritage, cultural and geographical image of Nerchinsk, positioning, Church of the Assumption of Our Lady.

Актуальность темы. Материальные и духовные ценности, накопленные и сохранённые поколениями, составляют основу свободного развития, воспроизводства и позиционирования города как культурно-исторического объекта в геокультурном пространстве трансграничной территории.

Культурно-историческое наследие малого города – это особый и очень важный культурно-экономический ресурс, он может и должен стать одним из перспективных направлений развития, инноваций и позиционирования геокультурного образа малого города в повышении туристской привлекательности. Важно активное привлечение культурного наследия города через развитие туризма и его виды (культурно-познавательный, этно-экстремальный и др.). В настоящее время культурное наследие становится одним из ключевых разделов развития непроектной сферы трансграничных территорий. В современном обществе акцент смещается от воспроизводства универсальных образцов культуры к сохранению и формированию собственных культурных продуктов и индивидуальности узнаваемого в глобальном информационном пространстве. В развитии малого города индивидуальность, своеобразие, выраженные в культурном наследии, могут принести экономическую пользу, поэтому культурное наследие и особенности малых городов могут оказаться очень важным фактором развития.

Постановка проблемы. В эпоху глобализации и информационного общества благодаря развитию коммуникаций мобильность населения возросла. Люди устремляются во время отдыха в путешествия, а географическая реальность, с её ландшафтным и культурным разнообразием, становится источником поиска новых впечатлений. Туристская индустрия является одним из главных атрибутов развитой региональной экономики.

Города России на основе культурно-исторического наследия активно формируют и позиционируют свои бренды, причём этот процесс охватил как крупные и средние, так и малые города. Процесс образования брендов можно охарактеризовать как разделение сто-

личных функций различных иерархических уровней в культурно-исторических сферах. Процесс разделения столичных культурно-исторических функций начался ещё до развития туристской индустрии регионов России. Санкт-Петербург после потери политических столичных функций стал позиционировать себя как культурная северная столица. С развитием туризма Казань запатентовала себя третьей столицей России и стала продвигать этот бренд в сфере туризма. На этом разделение столичных функций национального масштаба завершилось, т. к. бессмысленно искать четвёртую или пятую столицу России. Начался процесс определения столиц макрорегионов России. Нижний Новгород презентует себя как столица Поволжья. Новосибирск позиционируется как столица Сибири, а Иркутск – как столица Восточной Сибири. Чита часто называется столицей Забайкалья. Таким образом, столицы некоторых регионов (субъектов Российской Федерации) пытаются повысить свой культурно-исторический статус и выделиться на фоне соседних региональных столиц.

Средние города, не имевшие политического столичного статуса макрорегионального значения, и малые города избирают другую стратегию – объявляют себя родиной культурных ценностей или исторических личностей. Закрепление бренда происходит путём организации и проведения фестивалей. К примеру, в Великом Устюге с 1999 г. действует туристский проект «Великий Устюг – родина Деда Мороза».

Многие города России имеют определённый статус в сфере туристической индустрии и закреплённые за ними бренды, используемые как визитная карточка данных городов. Тула известна оружейным делом, также знамениты тульские пряники и самовары. Оренбург знаменит пуховыми платками. С 2007 г. в Ишим проводится фестиваль Сибирского валенка, он стал привлекательным брендом, ярким примером событийного туризма. Фестиваль традиционно начинается с «Зимнего марафона здоровья» (забега в валенках).



Суздаль – один из основных городов, входящих в Золотое Кольцо России – провозгласил себя российской родиной огурца, каждую вторую субботу июля там проводят Праздник Огурца.

Бирск (Республика Башкортостан) с 2008 г. проводит фестиваль «Бирское яблоко», яблоко назвали символом здоровья и красоты, а сам г. Бирск – «яблочной столицей». По одной из городских легенд селекцией плодоносящих деревьев занимались сотни лет назад жившие на этой территории монахи. Яблоки изображены на гербе Бирского района, в городе работает Музей Яблока.

Посёлок городского типа Чагода в Вологодской области, отмечая День стеклоделов, провозгласил себя стекольным краем.

Территория в условиях развития мировой туристской индустрии превращается в товар и возникает необходимость поиска её брендов, составляющих культурно-географический образ и его позиционирования, т. е. продвижения на туристские рынки.

Город Нерчинск Забайкальского края, расположен на левом берегу р. Нерча, в 7 км от места её впадения в р. Шилка (от слияния Шилки и Аргуни образуется Амур). Население города по результатам Всероссийской переписи 2010 г. составила 14 тыс. чел. Имея богатую историю и объекты культурного наследия, нуждается в разработке концепции стратегии развития туризма, неотъемлемой частью которой является создание культурно-географического образа. Расстояние от города до российско-китайской границы – около 300 км. Развитие туризма должно быть ориентировано не только на граждан России, но и Китая. Первоначальным этапом позиционирования территории является отбор наиболее важных индивидуальных особенностей культурно-географического образа города, которые являются его брендами. Географические образы в общественном сознании складываются стихийно, позиционирование корректирует такие образы или предлагает им альтернативу. В любом случае первоначально проводится экспертиза уже существующих образов.

Методологическая основа. Культурная география, опирающаяся на традиции страноведения, накопила огромный методологический багаж, который в настоящее время находит применение в информационно-конструктивном обеспечении междисциплинарных исследований на границе с маркетингом, PR и рекламой. Исследование элементов, слагающих культурно-географический образ,

возможно провести путём контент-анализа ресурсов поисковых систем сети Интернет, который получает в настоящее время активное распространение в гуманитарных науках.

Информационная база исследования.

Выбранные авторами из 3-го тома «Энциклопедии Забайкалья» [7] географические объекты и историко-географические события исследовались в англо-, русско- и китайскоязычном Интернете, полученные результаты составили информационную базу. Выбор в качестве первичной информационной базы «Энциклопедии Забайкалья» не случаен, т. к. в этом научном издании отражены наиболее значимые объекты и явления, что исключает необходимость самостоятельного отбора и ранжирования объектов по степени значимости.

Цель исследования – выявить культурно-географические особенности трансграничного позиционирования Нерчинска.

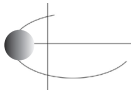
Цель статьи подразумевает решение следующих исследовательских задач:

- на базе концепций экономико-географического положения и культурно-исторического наследия дать теоретико-методологическое обоснование культурно-географическому трансграничному позиционированию;
- выявить исторические особенности формирования культурного наследия г. Нерчинска, имеющие трансграничное значение развития туристской индустрии;
- проанализировать современные проблемы культурно-географического позиционирования Нерчинска в трансграничном информационном пространстве.

Теоретико-методологическое обоснование культурно-географического трансграничного позиционирования

Позиционирование территории – это целенаправленное формирование её имиджа в информационном пространстве, его закрепление на правовом и инфраструктурном уровне. Создание имиджа как элемента мифотворчества требует концентрации усилий представителей мировоззренческих наук (истории, культурологии и географии).

А. Г. Дружинин считает, что позиционирование – это адаптивный процесс приспособления к внешней и внутренней среде функционирования территориальной социально-экономической системы и одновременно изменения (по возможности) этой среды [3, с. 26]. Таким образом, позиционирование рассматривается как активный процесс реализации определённой геостратегии.



В маркетинге под позиционированием подразумевают продвижение товара на рынки. В контексте представленного исследования туристским товаром является культурно-географический образ г. Нерчинска и его окрестностей. В основе этого образа лежит представление о культурном наследии, которое состоит из известных культурных брендов.

В географической науке остаётся неразработанным понятие о культурно-географическом положении, которое сегодня востребовано практикой регионального управления в туристской индустрии. В условиях развития туристской индустрии начальным этапом разработки геостратегии должно стать четкое осознание места и значения города в культурном пространстве региона Внутренней Азии, выявление наиболее значимых черт культурно-географического положения и дальнейшее продвижение их на туристские рынки.

Культурно-географическое положение – это место и значение культурно-исторического наследия города в иерархических территориальных системах. Позиционирование – это изменение культурно-географического положения, продвижение городского культурного наследия, формирование на них спроса в туристской индустрии региона за счёт привлечения потоков туристов. Геостратегия может строиться путём включения в уже существующие потоки за счёт тематического дополнения объектов культурного наследия соседей, либо за счёт участия в конкурентной борьбе и создания принципиально новых тематических туров.

Первоначальным этапом геостратегии является культурно-географическая экспертиза конкурентных преимуществ, выявление в информационном поле уровня осведомлённости потенциальных туристов о значении культурного наследия города. После чего осуществляется закрепление наиболее значимых черт культурно-географического образа путём PR-компаний. Конечно, на данном этапе имеет место мифотворчество: усиление черт культурно-географического образа, активное образование культурных брендов. Например, Монголия превращает в такой бренд имя Чингисхана, Бурятия – озеро Байкал.

Исторические особенности формирования культурного наследия Нерчинска

История г. Нерчинска начинается со второй половины XVII века, когда началось присоединение Забайкалья к Российскому государству, освоение Сибири и Дальнего Востока.

Основанный в 1653 г. как острог, Нерчинск в 1655 г. становится воеводством, а в

1689 г. получает статус города. С 1783 г. Нерчинск – центр Нерчинской области, с 1805 по 1851 гг. – уездный город [1, с. 323].

Нерчинск, с образованием Забайкальской области в 1851 г., уступил свои столичные функции Чите. Однако и к настоящему времени история его столичности дольше, чем у Читы, – примерно 193 года. Чита же существует как столица 162 года (по состоянию на 2013 год).

Нерчинск может с полным правом претендовать на туристский статус первой исторической столицы Забайкалья. Занимая выгодное экономико-географическое и геополитическое положение, имея судоходную связь с Амуром, он контролировал торговый путь в Китай и был центром территориального развития. Город являлся торговым центром Забайкалья.

Многие значимые события с 1653 по 1851 гг., происходившие в Забайкалье и имевшие национальное значение, носят название «Нерчинские»: первый договор между Россией и Китаем 1689 года называется Нерчинским [5, с. 331]; секретная экспедиция с целью подготовки присоединения Приамурья к России и активного использования северо-восточных морей 1753 г. так же носила название Нерчинской [4, с. 326]. Сегодня подтверждают богатую историю города архитектурно-исторические объекты культурного наследия. Дворец золотопромышленника М. Д. Бутина, благодаря которому Нерчинск позиционируется как Забайкальский Версаль. Дворец принадлежал знатной семье Бутиных, купцам, золотопромышленникам и меценатам. Они разрабатывали Вершино-Дарасунские золотые прииски. Дворец, в котором жили Бутины, почти полтора века является визитной карточкой Нерчинска. Он был построен в 60–70-е гг. XIX в. Главный экспонат Бутинского дворца – венецианское зеркало. Размер цельного полотна составляет 4×4 м. Работники музея утверждают, зеркала такой величины нет во всём мире. Два века спорили, как зеркало вносили в дворцовый зал. Несколько лет назад стало достоверно известно, что для того, чтобы зеркало сюда попало, разбирали крышу. Дворец славился не только зеркалами, но и уникальным в Сибири садом младшей сестры Бутиных – Татьяны Маурец. Здесь можно было найти не свойственные суровому забайкальскому климату тропические растения. Изначально комплекс зданий занимал весь квартал, сейчас отреставрировано только одно здание, в нём располагается краеведческий музей [2].



Церковь Успенья Божьей Матери, расположенная в нескольких километрах от города – самый старый храм России на территории от Урала до Тихого океана, что подчёркивает её духовно-историческое значение. Церковь Успенья Божьей Матери в с. Калинино – памятник истории, архитектуры и градостроительства. В 1664 г. по Сибирской Киприановской летописи на месте Нелюдского (Нерчинского) острога был основан самый восточный в России Нерчинский Успенский мужской монастырь. Здесь отбывал ссылку идеолог старообрядческого раскола протопоп Аввакум и другие видные общественные деятели. В 1706 г. началось строительство главного храма, в 1712 г. он был освящён в честь Успения Пресвятой Богородицы. Объёмно-пространственная композиция здания восходит к образцам культового зодчества Северо-Восточной Руси конца XVII в. Особенность декора – неповторяющиеся наличники. Здание церкви имеет значительные утраты и деформации. Церковь не действует [6].

Нерчинск посещали известные исторические личности: А. П. Чехов (1890 г.), цесаревич Николай (1891 г.) [1, с. 323]. Исторические события, объекты культурного наследия, свидетельства посещения известными личностями, должны использоваться для образования туристского бренда и позиционирования Нерчинска.

Проблема культурно-географического позиционирования Нерчинска в трансграничном информационном пространстве

В современном информационном обществе необходима единая стратегия формирования брендов и культурно-географического образа Нерчинска. К настоящему времени можно отметить, что первые этапы уже пройдены: реализован на высоком научном уровне проект «Энциклопедия Забайкалья», который в 3-м томе в систематизированном виде отразил все значимые исторические события, объекты культурно-исторического наследия, связанные с городом, таким образом, обеспечил научные основы популяризации сведений. На региональном и национальном уровнях уже развернулась активная работа по позиционированию.

Объекты Нерчинска позиционировались в специально составленных региональных рейтингах, в 2009 г. в Забайкальском крае стартовал конкурс «Семь чудес Забайкалья». В рамках данного конкурса жителями края были определены самые достойные объекты

природного и культурного наследия. Среди семи чудес были два объекта Нерчинского района: Церковь Успенья Божьей Матери в с. Калинино (она набрала большее количество голосов – 3404 и Бутинский дворец (2445 голосов).

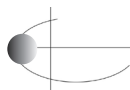
В настоящее время (с 25 марта по 29 сентября 2013 г.) телеканал «Россия 1» и Русское географическое общество проводят мультимедийный проект-конкурс «Россия 10», о начале которого 25 марта сообщил президент Русского географического общества С. К. Шойгу. Это национальный рейтинг для позиционирования объектов природного и культурного наследия регионов России.

Цель проекта – поддержание устойчивого интереса к нашей стране как к объекту внутреннего и международного туризма, рассказ об уникальных географических, архитектурных и исторических объектах России.

В рамках данного конкурса каждый субъект Федерации предоставляет всё лучшее, интересное и достойное внимания. Изначально будет отобрано по 10 достопримечательностей из каждого федерального округа Российской Федерации, а уже затем из них будет выбрано 30 объектов, в итоге останется лишь 10. Материалы, собранные в ходе реализации проекта, будут использованы при создании в Московской области ландшафтного «парка «Россия».

В десятку объектов, представленных от Забайкальского края, входят и два объекта Нерчинска и его окрестностей: Бутинский дворец и Церковь Успенья Божьей Матери в с. Калинино.

Трансграничное позиционирование очень сильно отстаёт от регионального и национального, между тем для Забайкальского края, как приграничного субъекта Российской Федерации, имеющего участки государственной границы с Монголией и Китаем, этот вектор должен стать приоритетным. Для экспертизы позиций в китайско-язычном и монголо-язычном сегментах сети Интернет авторами были отобраны 10 объектов города Нерчинска (табл.). Отбор производился, исходя из известности этих объектов на территории города и края. Для проведения контент-анализа использовались три поисковые системы: «Google», «Baidu», «Govome». С помощью них рассчитывалось количество ссылок по каждому объекту на первых пяти страницах, тем самым составлялся рейтинг объектов в сети Интернет.



Таблица

Рейтинг объектов города Нерчинска в иностранных сегментах сети Интернет

№ п/п	Название объекта	Русско-язычный сегмент		Англоязычный сегмент		Китайско-язычный сегмент		Монголо-язычный сегмент	
		Частота встречи ссылки	Место в рейтинге	Частота встречи ссылки	Место в рейтинге	Частота встречи ссылки	Место в рейтинге	Частота встречи ссылки	Место в рейтинге
1	Дворец купца Бутина	41	II	7	V	1	IV	–	–
2	Церковь Успенья в с. Калинино	41	II	7	V	–	–	–	–
3	Нерчинский договор	44	I	20	I	20	I	13	I
4	Нерчинская экспедиция	20	VII	6	VI	–	–	–	–
5	Нерчинск – первая столица Забайкалья	7	IX	7	V	1	IV	–	–
6	Уникальный Савватеевский карьер самоцветов (один из памятников природы)	8	VIII	–	–	–	–	–	–
7	Нерчинская каторга	39	III	11	II	–	–	–	–
8	Нерчинская крепость	14	VII	7	V	8	II	–	–
9	Основатель города – Пётр Бекетов	37	IV	9	III	1	IV	–	–
10	Нерчинские рудники	27	V	8	IV	7	III	–	–

Иностранный сектор сети Интернет больше отражает вопросы Нерчинского договора, исторические проблемы границы. Он не ориентирован на потенциальных туристов, его целевая группа – историки, занимающиеся проблемами международных отношений.

Как показал контент-анализ, проблема культурно-географического позиционирования Нерчинска в трансграничном информационном пространстве заключается в малом количестве информации на китайском и особенно монгольском языках об объектах культурного наследия Нерчинска.

Дворец купца Бутина и Церковь Успенья Божьей Матери, претендующие на статус главных брендов на региональном и национальном уровнях, в монгольском сегменте вообще отсутствуют.

Нерчинску необходимо обзавестись официальным сайтом, представляющим информацию на трёх иностранных языках: английском, китайском и монгольском. Следующим этапом позиционирования должна стать концепция развития сферы услуг с использованием объектов культурного наследия на основе событийного туризма.

Список литературы

1. Бидюк Е. Б., Бардакова В. В., Жеребцова Т. И. Нерчинск // Энциклопедия Забайкалья: Читинская область: в 4 т. Т. III: И – Р / гл. ред. Р. Ф. Гениатулин. Новосибирск: Наука, 2006. С. 323–324.
2. Бутинский дворец. URL: <http://10russia.ru/sights/5/533> (дата обращения: 28.04.2013).
3. Дружинин А. Г. Глобальное позиционирование Юга России: факторы, особенности, стратегии. Ростов н/Д: Изд-во ЮФУ, 2009. 288 с.
4. Карчанова Л. М. Нерчинская область // Энциклопедия Забайкалья: Читинская область: в 4 т. Т. III: И – Р / гл. ред. Р. Ф. Гениатулин. Новосибирск: Наука, 2006. С. 326.
5. Константинова Н. Н. Нерчинский договор // Энциклопедия Забайкалья: Читинская область: в 4 т. Т. III: И – Р / гл. ред. Р. Ф. Гениатулин. Новосибирск: Наука, 2006. С. 331.
6. Церковь Успенья Божьей Матери в селе Калинино. URL: <http://chudo.zabmedia.ru/?page=list&detail=103> (дата обращения: 28.04.2013).
7. Энциклопедия Забайкалья: Читинская область: в 4 т. Т. III: И – Р / гл. ред. Р. Ф. Гениатулин. Новосибирск: Наука, 2006. 541 с.

References

1. Bidyuk Ye. B., Bardakova V. V., Zherebtsova T. I. Nerchinsk // Entsiklopediya Zabaykalya: Chitinskaya oblast: v 4 t. T III: I – R / gl. red. R. F. Geniatulin. Novosibirsk: Nauka, 2006. S. 323–324.
2. Butinsky dvorets. URL: <http://10russia.ru/sights/5/533> (data obrashcheniya: 28.04.2013).



3. Druzhinin A. G. Globalnoye pozitsionirovaniye Yuga Rossii: faktory, osobennosti, strategii. Rostov n/D : Izd-vo YuFU, 2009. 288 s.
4. Karchanova L. M. Nerchinskaya oblast // Entsiklopediya Zabaykalya: Chitinskaya oblast: v 4 t. T. III: I – R / gl. red. R. F. Geniatulin. Novosibirsk: Nauka, 2006. S. 326.
5. Konstantinova N. N. Nerchinsky dogovor // Entsiklopediya Zabaykalya: Chitinskaya oblast: v 4 t. T. III: I – R / gl. red. R. F. Geniatulin. Novosibirsk: Nauka, 2006. S. 331.
6. Tserkov Uspenya Bozhyey Materi v sele Kalinino. URL: <http://chudo.zabmedia.ru/?page=list&detail=103> (data obrashcheniya: 28.04.2013).
7. Entsiklopediya Zabaykalya: Chitinskaya oblast: v 4 t. T. III: I – R / gl. red. R. F. Geniatulin. Novosibirsk: Nauka, 2006. 541 s.

Статья поступила в редакцию 16 апреля 2013 г.