

УДК 910.1

Е. Р. Мельников,
географический факультет,
Пермский государственный национальный исследовательский
университет,
Пермский краеведческий музей
Научный руководитель: канд. геогр. наук, доц. Т. А. Балина

Природно-культурное наследие: роль в социально-экономическом развитии регионов России и мира

Аннотация. В статье рассматриваются понятия геокультурного пространства, «имиджа территории», культурного наследия и ландшафта. Представлены варианты репрезентации природного (геологического) и культурного наследия в мире и России. Особое внимание уделяется Пермскому краю, богатому палеонтологическим наследием, сформировавшимся в пермском геологическом периоде. Раскрывается роль музеяного дела в формировании имиджа территории и сохранении историко-культурного наследия. На примере Музея пермских древностей показаны механизмы реализации туристского потенциала региона.

Ключевые слова: природно-культурное наследие, имидж территории, брендинг, геопарки, геомаршруты, Пермский край, музеи.

Современная общественная география уделяет пристальное внимание вопросам сохранения природно-культурного наследия и его реализации в социально-экономическом развитии регионов. Географическое изучение природно-культурного наследия позволяет развить представления об имидже и брендинге территории. В этом контексте важно проанализировать зарубежный опыт репрезентации природного (геологического) и культурного наследия. Этот опыт интересен для регионов, обладающих уникальными геологическими памятниками и имеющими опыт как археологических, так и палеонтологических раскопок. К таким регионам относится Пермский край, который имеет мощный потенциал для развития индустрии туризма на основе реализации богатого природно-культурного наследия.

Опыт исследования природно-культурного наследия применительно к территориальному развитию широко представлен в работах зарубежных ученых, которые отмечают, что ввиду влияния глобализации на конкуренцию между странами за идентичность актуализируется проблема формирования национального брендинга. М. Ботон характеризует основную идею, лежащую в основе феномена национального брендинга, как уникальное сочетание элементов, отражающих культурно обоснованную дифференциацию и ценность для всех жителей страны, в основе чего заложена при-

вязка в природно-культурному наследию местной территории [1]. Свои исследования ученый проводит на примере Ирландии, которая, как известно, имеет уникальные геологические памятники, привлекающие многочисленных туристов.

В процессе длительного географического осознания понятий «культура» и «наследие» к 1970-м гг. в отечественной науке сформировались в сложную категорию «культурное наследие». Исследования культурного наследия стран и регионов довольно часто проводятся параллельно с понятием «культурный ландшафт», который многими учеными отождествляется с антропогенным ландшафтом. Но эти категории не являются синонимичными, поскольку антропогенный ландшафт, в первую очередь, ассоциируется с природопользованием, непосредственным влиянием человеческой производственной деятельности на природную среду, а важнейшими компонентами культурного ландшафта являются природная среда, хозяйство, язык и духовная культура [3, с. 121].

Мы считаем, что изучение историко-культурного наследия представляется одним из интересных и важных направлений формирования региональных (территориальных) брендов. Культурно-историческое наследие важно использовать для формирования имиджа и брендов территории, репрезентаций которых занимаются в том числе музеи, выступающие атTRACTорами туристской инфраструктуры территории (города, страны).

По мнению представителей Пермской научной географической школы, М. Д. Шарыгина и В. А. Столбова, для каждого социума определенный набор артефактов местной территории несет разную ценностную нагрузку. Ученые выделяют особый «духовный мир» каждого социума, основанный на роли культурно-исторического и природного наследия. Что особенно важно, на наш взгляд, это то, что и в мире, и в России развивается процесс восприятия культуры в качестве источника формирования человеческого, интеллектуального, инновационного (творческого) капитала. Кроме того, культурно-историческое наследие формирует позитивный имидж территории, повышает инвестиционную привлекательность и обогащает региональный капитал [4].

Существует много примеров стран, которые используют такие форматы взаимодействия, как геомаршруты, представляющие пешие туристские направления, а также геопарки (пещеры, места раскопок). Успешные примеры тематических геомаршрутов включают, например, пешеходную тропу Las Corazones в глобальном геопарке Микстека-Альта в Мексике, подчеркивающую геологическое и культурное наследие. Один из самых посещаемых — обширный Трансפירенейский геологический маршрут, следующий по контуру границы Франции и Испании, демонстрирующий формирование Пиренейских гор на протяжении более 200 км. Необходимо упомянуть также автомобильные геомаршруты в геопарке Санта Елена (Эквадор), демонстрирующие взаимодействие геологического, горнодобывающего про мыслов и культурного наследия.

В сохранении и популяризации культурно-природного наследия особая роль отводится музеям. Основная функция музеев заключается не только в демонстрации исторических экспонатов, артефактов, документов и т. д., а еще и в организации выставок, экспозиций, проведении краеведческой работы, научно-исследовательских изысканий. В Музее пермских древностей, на примере которого мы раскрываем данную проблематику, еще и важнейшей функцией являются просветительская и профориентационная работа [2].

Пермский край отличается богатой геологической историей, заложившей основу горнодобывающей промышленности. Добыча калийно-магниевых солей, нефти, газа, каменного угля, руд черных и цветных металлов, драгоценных и полезных камней прославили пермский геологический период, который, безусловно, может стать основой для формирования регионального бренда. Кроме того, в крае есть множество территорий, где было обнаружено богатейшее и уникальное палеонтологическое наследие. Это, например, Очерский, Оханский и Верещагинский округа, в которых проходили раскопки и есть все основания создать целую систему геопарков и геотроп под эгидой комплекса «Парк Пермского периода». Зарубежный опыт позволит оценить возможность организации геопарков, геомаршрутов, получивших развитие благодаря комплексным программам по привлечению туристов.

Подлинные и реконструированные находки ученых широко представлены в Пермском краеведческом музее и его филиале — Музее пермских древностей. Экспонаты экспозиций являются уникальными и представляются ценностями атTRACTорами для перспективного развития краевой туристской инфраструктуры, важными элементами для создания ярких брендов нашего региона. Одним из них является трогонтериевый слон, ставший символом Перми. В ближайшем будущем запланирован переезд экспозиции Музея пермских древностей в новый Музей «Пермский период» в социокультурном пространстве «Завод Шпагина». Организация пространства внутри музея и возле него предполагает перенос накопленных форматов взаимодействия с аудиторией, а также внедрение новых подходов сохранения природно-культурного наследия.

Таким образом, Музей «Пермский период» может стать драйвером социально-экономического развития региона, ценным местом на карте по презентации природного-культурного наследия, а также импульсом к изучению и организации геомаршрутов в Пермском крае.

1. Мельников Е. Р., Балина Т. А. Роль цифровых технологий в развитии музеиного дела // Цифровая география : материалы II Всерос. научно-практ. конф. с междунар. участием. — Пермь : Перм. нац. исслед. политехн. ун-т, 2024. — С. 379–382.
2. Социально-экономическая география: понятия и термины : слов.-справ. / отв. ред. А. П. Горкин. — Смоленск : Ойкумена, 2013. — 328 с.
3. Столбов В. А., Шарыгин М. Д. Региональный капитал. — Пермь : Перм. гос. нац. исслед. ун-т, 2016. — 553 с.
4. Boughton M. This is Ireland: Commemoration As a Catalyst for a New Nation Brand // Place Branding and Public Diplomacy. — 2023. — Vol. 19. — P. 535–550.