

Арктика и Север. 2023. № 53. С. 219–238.

Научная статья

УДК 338.48(470.22)(045)

doi: 10.37482/issn2221-2698.2023.53.219

Туристическая привлекательность на основе национально-территориальной идентичности северного региона: пример республики Карелия

Морозов Арсений Аркадьевич^{1✉}, младший научный сотрудник

¹ Институт экономики ФИЦ Карельского научного центра РАН, пр. А. Невского, 50, Петрозаводск, Россия

¹ morozov589@gmail.com ✉, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0873-5071>

Аннотация. В данной статье поднимается чрезвычайно актуальная для России тема внутреннего туризма как движущего фактора развития региона на социально-экономическом уровне. Регионом изучения является Республика Карелия (РК). Объектом исследования выступают как внешние, так и внутренние туристы, а предметом исследования — экономически и социально значимые инновационные формы внутреннего туризма на территории РК. В ходе проводимого исследования были поставлены следующие цели: выявление особенностей этнической идентичности РК, подтверждение привлекательности для туристов и местных жителей культурно-исторических особенностей региона и влияние этого на экономику региона. В работе проведён сравнительный анализ двух эмпирических исследований с использованием формализованного интервью (социологический опрос разведывательного типа). Результаты работы позволили сделать вывод о том, что как для посещающих регион туристов, так и для жителей региона, топонимы и другие наименования обладают высоким уровнем привлекательности и значимости и поддержка этого положительно сказывается на экономическом состоянии территорий. В работе представлены проектные идеи относительно практического применения языковых особенностей коренных народов и культур, что станет движущей силой для развития инновационных форм внутреннего культурно-исторического туризма на территории РК. Для данного направления, безусловно, драйверами являются следующие представители сообщества исследуемого региона: государственная власть на региональном уровне; бизнес, проявляющий или желающий проявить себя как социально ответственный; различные активные социальные группы и группы профессионалов; носители символов культуры.

Ключевые слова: экономика региона, туризм, культура, регионализм, социальная ответственность, экономика сельских территорий

Tourist Attractiveness Based on the National and Territorial Identity of the Northern Region: The Example of the Republic of Karelia

Arseniy A. Morozov^{1✉}, Research Assistant

¹ Institute of Economics, Karelian Research Centre, Russian Academy of Sciences (IE KRC RAS), pr. Aleksandra Nevskogo, 50, Petrozavodsk, Russia

¹ morozov589@gmail.com ✉, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0873-5071>

* © Морозов А.А., 2023

Для цитирования: Морозов А.А. Туристическая привлекательность на основе национально-территориальной идентичности северного региона: пример республики Карелия // Арктика и Север. 2023. № 53. С. 219–238. DOI: 10.37482/issn2221-2698.2023.53.219

For citation: Morozov A.A. Tourist Attractiveness Based on the National and Territorial Identity of the Northern Region: The Example of the Republic of Karelia. *Arktika i Sever* [Arctic and North], 2023, no. 53, pp. 219–238. DOI: 10.37482/issn2221-2698.2023.53.219



Статья опубликована в открытом доступе и распространяется на условиях лицензии [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)

Abstract. This article raises an extremely relevant for Russia topic of domestic tourism as a driving factor of regional development at the socio-economic level. The region of study is the Republic of Karelia (RK). The object of the research is both external and internal tourists, and the subject of the study is economically and socially significant innovative forms of domestic tourism in the territory of the RK. In the course of the research the following objectives were set: to identify the peculiarities of ethnic identity of the RK, to confirm the attractiveness for tourists and local residents of the cultural and historical features of the region and its impact on the economy of the region. The paper presents a comparative analysis of two empirical studies using a formalized interview (sociological survey of exploratory type). The results of the work allowed us to conclude that both for tourists visiting the region and for the inhabitants of the region, toponyms and other names have a high level of attractiveness and significance and the support of this has a positive impact on the economic condition of the territories. The paper presents project ideas regarding the practical application of linguistic features of indigenous peoples and cultures, which will be a driving force for the development of innovative forms of domestic cultural and historical tourism in the territory of the Republic of Karelia. For this direction, of course, the drivers are the following representatives of the community of the region under study: public authorities at the regional level; business, showing or wishing to show itself as socially responsible; various active social groups and groups of professionals; bearers of cultural symbols.

Keywords: *regional economy, tourism, culture, regionalism, social responsibility, rural economy*

Благодарности и финансирование

Материал подготовлен в рамках Государственного задания КарНЦ РАН 2022-2026: комплексное исследование и разработка основ управления устойчивым развитием северного и приграничного поясов России в контексте глобальных вызовов.

Актуальность этнокультурного туризма для социально-экономического развития северных территорий

В последние несколько десятилетий численность населения во многих северных регионах России стремительно падает. Например, в рассматриваемом далее регионе — Республике Карелии (РК), численность сельского населения снизилась с 179 тыс. человек в 2002 г. до 110 тыс. человек в 2020 г. И с 716 тыс. человек за 2002 год в целом по РК до 609 тысяч в 2020 г.¹ Одной из причин такого снижения является не только старение населения, но и слабая социальная инфраструктура и отсутствие рабочих мест. Сейчас силами государственной поддержки ситуация с инфраструктурой в некоторых сельских населённых пунктах меняется, однако вопрос о занятости населения остаётся актуальным. Одним из вариантов решения этого вопроса может стать развитие культурно-познавательного туризма на этих территориях. Это особенно интересно с учётом того, что культурные коды сохраняются чаще на сельских территориях и помимо экономического роста этих территорий предполагается сохранение культурного разнообразия России. Зачастую у местного населения нет финансов или достаточной осведомлённости о государственной поддержке малого предпринимательства на селе. Во многие крупные туристические объекты приходит бизнес из других регионов. В РК, например, часто это бизнес из Санкт-Петербурга и Москвы. Это не всегда является отрицательным моментом, т. к. такой бизнес выполняет функции и придерживается принципов со-

¹ По данным Всероссийской переписи 2002 и 2020 года. Данные Карелиястат.

циальной ответственности бизнеса [1]. Далее мы рассмотрим некоторые понятия из этой сферы, проведём исследование мнений туристов о том, интересен ли им такой вид туризма.

Этнографический туризм характеризуется как вид туризма, решающий проблему удовлетворения потребностей духовного спектра как отдельных индивидуальных путешественников, так и путешественников в составе организованной туристической группы. Этнографический туризм предполагает знакомство участников с культурой и традициями различных этносов, то есть с системой ценностей, норм поведения и принципами, на которых строятся отношения между людьми в государстве. Так как одна из важнейших черт населения России — это многонациональность, то глобальное развитие сферы внутреннего туризма позволит знакомить народы нашей страны друг с другом, тем самым укрепляя связи между представителями различных этносов на горизонтальном уровне, что будет, в свою очередь, способствовать укреплению чувства единства всего многонационального населения России. Учитывая тот факт, что главные идеологические и практические задачи в сфере межэтнических отношений — это сохранение и укрепление России как единого и неделимого государства, то туризм в данной сфере способен в полной мере сыграть неопределимую и важнейшую роль. Туризм — это тот вид человеческой активности, который тесно связан с достижением таких позитивных результатов для общества, как национальное согласие и мирное существование [2].

Чтобы дать качественное определение понятию этнического туризма, обратимся к позиции отечественного исследователя межэтнических взаимоотношений и этносов Н.А. Берковичу. Он считал, что этнический туризм значительно отличается от других видов туризма в первую очередь направленностью на удовлетворение потребности отдельных индивидов и групп в этничности, в этносоциализации. Он считал, что данный вид туризма более направлен на то, чтобы турист мог «прикоснуться» к реликтовому, анахроническому прошлому, к диахронным и межпоколенным истокам архетипичности, поведенческих стереотипов и уникальной ментальности. Благодаря этническому туризму у современной цивилизации появляется уникальная возможность раскрыть утраченные или полузабытые семиотические, знаковые коды смыслов этничности, изучить и осмыслить свои генетические и культурные коды, генеалогию, произвести реконструкцию исторической памяти и, как результат, сформировать свою собственную этнонациональную идентичность [3].

Этнический туризм — это погружение в культуру и историю какого-либо народа или этноса с целью знакомства и изучения инаковости его культурных и исторических особенностей и традиций, а также восприятия специфических уникальных черт культуры и быта. Благодаря этому в сознании исследователя формируется система образов и представлений о быте и культуре этого народа, а также происходит осознание смыслов его важнейших идентификаций: религиозной, этнической и гражданской. Как считает О.В. Чистякова, благодаря такому пониманию туризма, в свою очередь, можно говорить о наличии многоликости культуры в современном мире при сохраняющейся уникальности религиозной и этнической

жизни различных народов и этносов, даже несмотря на современную тенденцию к глобализационной унифицируемости культур [4].

Следует отметить, что в целом туризм — это отдельный социальный институт со своей стратификацией и инфраструктурой, который в диалоге культур выполняет несколько функций:

- способствует установлению и расширению межрелигиозных, межэтнических и социальных коммуникаций в мировом масштабе;
- способствует взаимному ценностному обогащению различных народов и этносов;
- экономически и социально поддерживает территорию проживания коренных народов и других сельских территорий.

В условиях тенденции к глобализации современный мир со свойственной ему политичностью инициирует и даже предполагает открытость этносов и субэтносов по отношению друг другу, что, в свою очередь, способствует взаимному обмену научными знаниями и идеями для дальнейшего развития, культурными артефактами, секулярными и религиозными идеями и достижениями в информационной и технологической сферах деятельности человечества. Благодаря туризму путешествующие люди могут даже в условиях постмодернизации общества познакомиться с политическими, экономическими, религиозными и другими реалиями разных территорий. Следует отметить тот факт, что ответственность за создающиеся образы принимающих туристов обществами несут массмедийные структуры [5].

С каждым годом в России увеличивается количество регионов, принимающих активное участие в государственных программах, направленных на развитие индустрии туризма, как с точки зрения увеличения привлекательности своего региона для осуществления различных видов туризма, так и для поощрения компаний, занимающихся организацией внутреннего и внешнего туризма.

Интересно отметить, что этнографический туризм — это самостоятельный вид туризма, который также выполняет ряд важных социальных функций:

- поддержка экономики сельских территорий;
- сохранение культурных элементов разных народов;
- обеспечение сохранения исторического, экологического разнообразия;
- укрепление региональной самоидентификации;
- повышение интеллектуального и культурного уровня населения тех или иных территорий;
- профилактика межнациональных отношений;
- знакомство с местными культурами туристов;
- возрождение традиций, обрядов, местной кухни и ремёсел.

Занимаясь организацией туризма такого уровня, не стоит просто осуществлять банальный подбор групповых и индивидуальных туров, в состав которых включено посещение

этнорекреаций. Этнический туризм — это уникальный вид туризма, который всегда несёт культурно-познавательную нагрузку, это, по своей сути, часть или элемент массового или индивидуального туризма, который часто считается одним из наиболее привлекательных в регионе, но не единственным. Вот почему турпродукт такого вида должен характеризоваться в первую очередь комплексностью, например, турпакет может состоять из следующих услуг:

- движение по этнической зоне;
- размещение в значимых исторических местах (например, размещение тургруппы в карельском поселении);
- обед, состоящий из блюд, традиционных для данной этнической группы в прошлом (например, открытые пироги с ягодами, которые являются традиционной едой карелов уже на протяжении многих веков);
- проведение фольклорных мероприятий (к примеру, посещение сельскохозяйственного праздника «Чаша Укко» и т. д.).

И все эти элементы так или иначе задействованы в хозяйственном и экономическом обороте.

К тому же, следует обратить внимание на возможность формирования туров, опираясь на потребности и интересы туристов. Часто с этой целью туроператоры включают в туры не только разные места посещения, но и различные части этнических и спортивных туров: эколого-этнографических, ностальгических, пеших и конных прогулок и т. д. [6].

Конечно, за 2020 г. внутренний туризм сократился из-за пандемии COVID-19. Но уже в 2021 г. 56 млн человек совершили поездки внутри страны, что является показателем того, что объёмы внутреннего туризма восстановились почти на 90% относительно показателей 2019 г.²

Сейчас актуальными исследователями в области этнокультурного туризма являются Масленникова Е.Г. (и др.) [7], Винтайкина Е.В. [8], Дашкова Е.В. [9], Сафарова Т.Р. [10], Лысикова О.В. [11] и другие. В Республике Карелия вопросами этнокультурного развития с точки зрения развития экономики региона занимаются в Институте экономики Карельского научного центра РАН различные авторы: Морозова Т.В., Белая Р.В., Васильева А.В., Морозов А.А. [12], Кондратьева С.В. [13].

Так как современное информационное общество находится в постоянном и непрерывном развитии, то всё более активно происходит и процесс глобализации, благодаря чему ряд экономических процессов также получает дополнительный импульс к развитию. Но следует отметить, что в области национальной культуры и истории глобализационные процессы часто вызывают кризисы национального самосознания и идентичности. Одним из таких примеров может служить обостряющееся противостояние между различными теориями регионализации и глобализации, то есть развитие нового регионализма [14].

² Интервью с главой Ростуризма. URL: <https://www.rbc.ru/interview/business/27/12/2021/61bdb2689a7947d2655d2864> (дата обращения: 20.01.2023).

В последние 15 лет вектор развития Республики Карелия стал больше разворачиваться в сторону туризма. Об этом часто говорят заголовки научных статей и статей в СМИ. У многих приезжих людей Карелия ассоциируется именно с туризмом и форелеводством. Добыча леса, камня и минералов отходит на другой план.

По традиции туристский потенциал РК связывается с известными крупными объектами, расположенными на о. Кижы, о. Валаам, с Рускеальским карьером. За последнее десятилетие открылось множество локальных музеев и других интересных площадок («Бастион», Заонежские музеи и т. п.). Произошла трансформация организационно-правового статуса этих объектов по «аутсайдерской» модели, что привело к необратимому выводу за пределы региона экономических благ, получаемых в результате. Эта проблема актуальна так же, как была актуальна в 2000-х гг. Представители карельского бизнеса уже не являются главными управляющими лицами и владельцами многих крупных компаний Карелии.

В Республике Карелия уже существуют наработки учёных в области развития культурно-исторических дестинаций. За последние двадцать лет были изучены различные вопросы, связанные с развитием туризма в приграничных муниципальных районах РК. Существует информационная база, которая включает в себя элементы региональной и муниципальной статистики, данные республиканских сайтов, социологических исследований и различные материалы научных практических конференций.

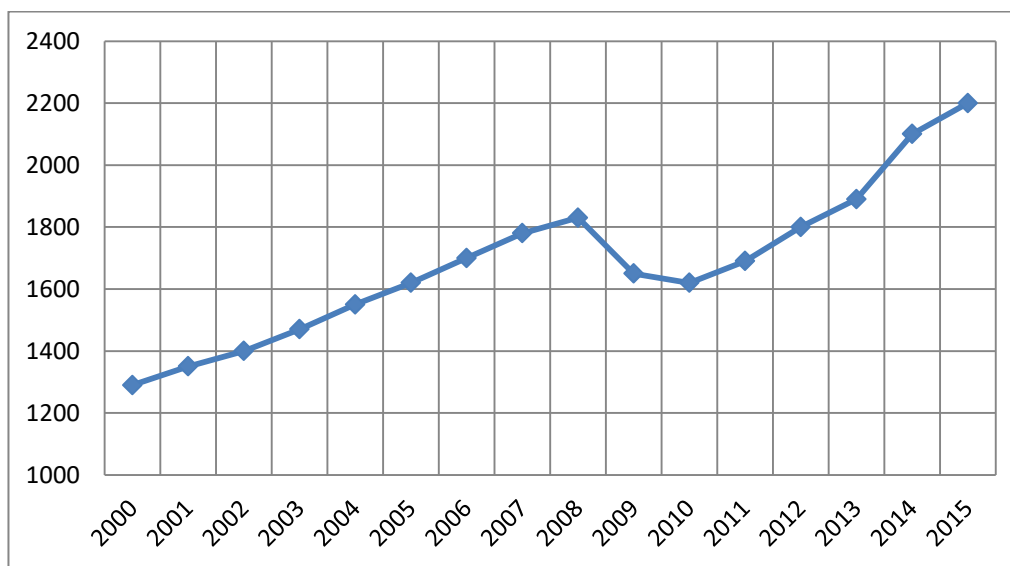
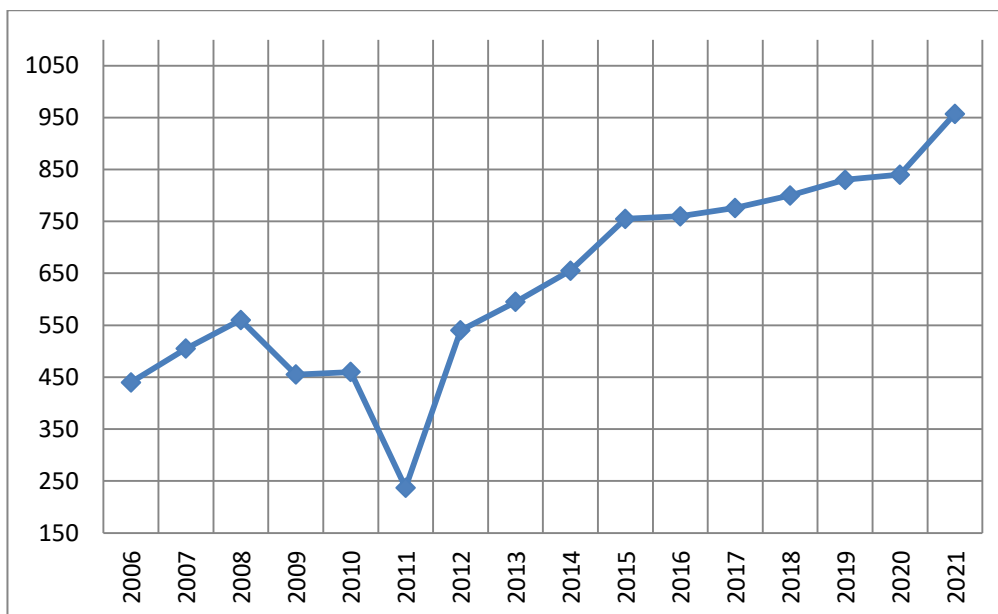


Рис. 1. Примерное количество человек, посетивших РК (тыс. чел.)³.

Исходя из данных на рис. 1, с 2010 по 2015 гг. спада количества человек, которые посетили Карелию, не наблюдается. По мнению автора, спада не было и до 2023 г. Исключением может быть 2020 г., но он не такой значительный, как было в 2009–2011г. Исходя из личных интервью автора с различными представителями туристического бизнеса, пандемийный год оставил свой след на бизнесе, но не критический. В большей степени пострадали гастрономические заведения, многие из них закрылись.

³ Данные по развитию туризма Карелии. URL: <http://gov.karelia.ru> (дата обращения: 20.01.2023).

Рис. 2. Число организованных туристов в РК (тыс. чел.)⁴.

На рис. 2 представлено число организованных туристов за 2006–2021 гг. Этот показатель легче вычислить и данные представлены в свободном доступе. На рисунке можно наблюдать резкий спад организованных туристов в 2011 г. в связи с экономическими и политическими кризисами. В 2013 г. количество организованных туристов в Карелии составило около 600 000 человек и это превысило докризисный уровень 2008 г. Увеличился поток на основные объекты (например, на остров Кижы)⁵. В пандемийный период развитие и поддержка внутреннего туризма ощущались сильно, количество туристов росло. Данные за 2022 г. пока находятся на стадии формирования, но можно предположить, что количество не будет снижаться. Да, Карелия потеряла иностранных туристов, но основной их массив всегда был из Санкт-Петербурга и Москвы. С учётом развития рельсовых автобусов, авиасообщения и прочих средств передвижения в 2021–2022 гг., рост инфраструктуры на организованных объектах существенно возрос. Вектор развития туризма в Республике Карелия ещё в 2020 г. был перенаправлен резко на внутренний туризм.

Карелия также привлекает как организованных, так и самостоятельных туристов своей дикой природой. Стоит отметить, что численность туристов последнего типа оценивается с большой вариацией. Вот почему сейчас такое сильное распространение и развитие получили сети гостевых домов, независимо от их расположения, то есть это касается как сетей гостевых домов в удалённых от поселений местах, так и в непосредственной близости к сельским поселениям и городам. Также развиваются различные варианты размещения внутри национальных парков и заказников. Вместе с тем в настоящий момент достаточно остро ощущается проблема низкой обустроенности городов и сёл, а именно низкого уровня развития их инфраструктуры, вследствие чего интерес туристов к региону снижается. Это может

⁴ Источник: составлено автором на основе данных Управления по туризму РК и Карелиястат.

⁵ Туризм. Карелия официальная — официальный интернет-портал РК. URL: http://www.gov.karelia.ru/gov/Info/2013/eco_tourism13.html (дата обращения: 20.06.2022).

является ещё одной причиной развития «дикого» туризма, а это, в свою очередь, довольно сильно сказывается на экологической ситуации в регионе. Этот вопрос сейчас становится более актуальным ввиду множества озёр в регионе. Большинство этих озёр являются бытовыми для местных жителей, они «питают» такие города, как Санкт-Петербург, Новгород и т. п. Загрязнение прибрежных зон сильно растёт.

В сложившихся обстоятельствах прогрессивное развитие разных форм этнотуризма и культурного туризма [15] сёл и городов в регионе может стать силой для их экономического развития, способствуя повышению мультифункционального эффекта туризма. Туристы, которые приезжают в Карелию и соседние территории, интересуются названиями городов, деревень, географических объектов. Для туристов это является особенностью Беломоро-Балтийского культурного региона. Развитие форм национально-территориальной идентичности позволит повысить уровень своей уникальности, дополняя важными экономическими активами туристский сектор России, что сможет способствовать выгодному положению Карелии среди других, особенно более южных, регионов России. В этом вопросе важную роль играет социальная ответственность бизнеса. Новые формы поддержки бизнеса на основе национально-территориальных особенностей подключают к работе местное население, благодаря чему могут дольше сохраняться элементы реальной культуры тех или иных мест.

Понятие «коренные культуры / народы Карелии», используемое автором в данной статье, подразумевает культуры вепсов, карел, помор, финнов, пудожан и заонежан. С точки зрения культурологии, если говорить грубо, в беломоро-балтийском регионе среди коренных культур (за исключением саамской) прослеживается очень много схожих или одних и тех же культурных элементов, по этой причине автор оценивает этот регион как одно культурное пространство с незначительной разницей в культурах. Именно по этой причине автор поддерживает идеи о финно-угорских и балтийских корнях, независимо от языка и национальностей. Также в этом вопросе автор исключает формальные статистические данные относительно национального состава ввиду того, что достаточно большое количество людей формально записано русскими (из личного примера автора).

Эмпирическое исследование

Ранее, в 2016 г., автором уже был написан материал на тему этнокультурного туризма на основе топонимии и этнофутуризма [16]: была предпринята попытка социологического исследования разведывательного типа. Были сделаны определённые выводы, о которых автор данной статьи расскажет ниже. Само исследование проводилось в 2015 г., а в 2022 г. автор проводил подобное исследование с похожей раскладкой «турист — местный житель» с дополнением некоторых новых вопросов.

В рамках данного исследования в 2015 г. автором было проведено эмпирическое исследование разведывательного типа ⁶, которое включало анкетный опрос в сети Интернет. В исследовании принял участие 101 человек, среди которых 45 являются жителями РК, 35 посещали РК и 21 никогда не были в Карелии.

В 2023 г. автором было проведено аналогичное исследование с дополнительными вопросами. В нём также принял участие 101 человек, среди которых 48 человек это жители Карелии, 33 посещали Карелию, 20 никогда не были в РК.

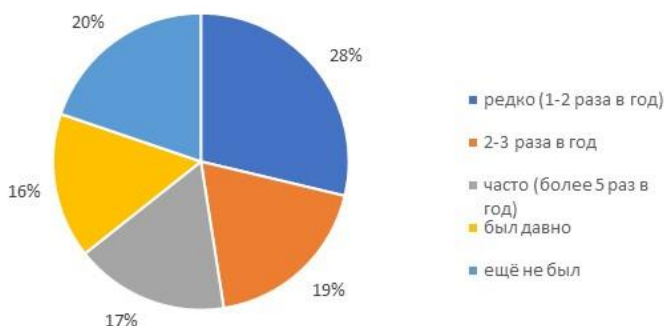


Рис. 3. Частота посещений Карелии внешними и внутренними туристами (доля ответов, %) ⁷.

На рис. 3 показана доля ответов туристов, путешествующих по Карелии или имеющих такое намерение. В исследовании 2015 г. автором было получено только 60 ответов, в актуальном — все 101. Сравнивая в относительных величинах, можно отметить, что люди стали путешествовать чаще. О Карелии стало знать больше людей, и если в 2015 г. 41% респондентов ответили «редко, 1–2 раза в год», то в 2022 г. это уже 28%. Аналогично и с ответом «ещё не был»: 37% на 2015 год и 20% на 2022 г. Показатель «часто, более 5 раз в год» вырос незначительно.



Рис. 4. Частота посещений туристами других регионов Северо-Западного и Центрального ФО РФ (доля ответов, %) ⁸.

⁶ Разведывательное исследование решает ограниченные по своему содержанию задачи. Оно охватывает, как правило, небольшие обследуемые совокупности и основывается на упрощённой программе и сжатом по объёму инструментарии. Разведывательное исследование используется для предварительного обследования определённого процесса или явления. Потребность в таком предварительном этапе, как правило, возникает тогда, когда проблема мало изучена или вообще не изучена.

⁷ Источник: составлено автором.

Исходя из полученных результатов, представленных на рис. 3 и 4, сейчас у Карелии есть большие шансы привлечь туристов, которые уже когда-либо были в Карелии или планируют посетить. Сравнивая данные за 2015 и 2022 гг., можно проследить то, что частота ответа «часто, более 3х раз в год» существенно выросла, почти в два раза.

Остаётся проблема, связанная с ценообразованием. Многие туристические компании ориентируются на доходы более богатых слоёв населения, а также доходы жителей Санкт-Петербурга и Москвы, не беря в учёт уровень заработной платы местного населения. И здесь стоит отметить: вопрос стоит даже не о доходах жителей г. Петрозаводска, а местных или локальных групп, т.е. деревень, сёл, малых городов. В результате чего часть туристов из местных жителей вынуждена искать другие более доступные способы досуга, а регион сужает сегмент внутреннего туризма. А «дикий» туризм продолжает развиваться.

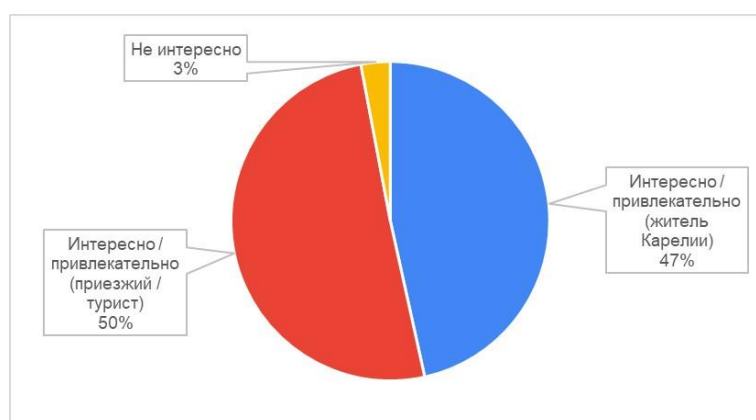


Рис. 5. Отношение туристов к топонимам (наименованиям) РК (доля ответов, %) ⁹.

Как мы можем видеть из результатов исследования, для большей части туристов и местных жителей названия географических мест являются привлекательными. В анкете 2015 г. присутствовала графа «другое», где люди предлагали различные варианты, отражающие преимущественно положительные эмоции, и только один человек выразил нейтральную позицию. Большая часть людей определяет их (топонимы) как интересные, создающие колорит, являются особенностью региона.

В актуальной анкете от этого вопроса решено отказаться. В сравнении ситуация за 2015 и 2022 г. не поменялась, абсолютное соотношение практически одинаковое.

Одним из интересных вариантов развития в области туристской привлекательности на основе топонимов может быть внедрение qr-кодов около различных населённых пунктов с богатой историей. На вопрос в анкете 2015 г. относительно такой инициативы около 90% опрошенных ответили положительно.

В анкете 2022 г. положительно ответило 84% респондентов. По мнению автора, это связано с развитием информационно общества, перед посещением того или иного геогра-

⁸ Источник: составлено автором.

⁹ Источник: составлено автором.

фического места люди самостоятельно заранее находят информацию. С другой стороны, это можно быть случайностью.

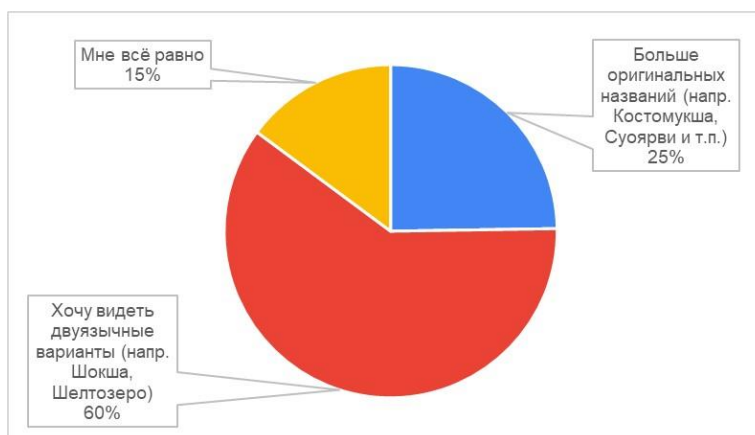


Рис. 6. Привлекательность вариативности названий населённых пунктов и других мест (культурно-геологических) (доля ответов, %) ¹⁰.

Выше на рисунке представлены ответы респондентов о виде топонимов, которые они хотели бы видеть. Результаты анкеты 2015 г. показали, что чуть больше половины опрошенных хотели бы видеть двуязычные названия на придорожных указателях населённых пунктов и в географических названиях (напр. Шелтозеро — Šoutjärvi) и только четверть ответила, что хотели бы видеть оригинальное название (напр. Сортавала, Кондопога).

В анкете 2022 г. чуть больше ответов про двуязычные названия и меньше других ответов. По результатам исследования мы можем подтвердить, что для большинства опрошенных по обеим анкетам прибалтийско-финские названия являются привлекательными, и люди хотели бы видеть двуязычные таблички. К тому же существует проблема, о которой неоднократно говорят исследователи-топонимисты из ИЯЛИ КарНЦ — дорожные рабочие, которые пользуются атласом топонимов и гидронимов, часто ошибаются из-за неточностей в этих атласах. ИЯЛИ КарНЦ уже давно работает над этой проблемой и несмотря на то, что вопрос не такой сложный, контакты с чиновниками проходят очень тяжело и вопрос до сих пор является актуальным [17]. Одним из решений этой проблемы могут стать такие двуязычные придорожные таблички на основных дорожных магистралях Карелии (трассы).

Подобный формат (двуязычные таблички) может вызвать углублённый интерес к историям тех или иных районов и расширить маршруты туристов. Особенно важным является повышение интереса и привлекательности среди молодого поколения местных жителей. К сожалению, сейчас прослеживается тенденция о сокращении и фильтрации информации, которую преподносят в школах и непрофильных вузах, и это касается в том числе элементов локальной истории и культуры. Наука не стоит на месте, но система преподавания часто не включает в себя современные наработки учёных. Самым популярным элементом преподавания краеведения является изучение её флоры и фауны и советского периода в истории Карелии. Однако самой территории уже более 1 000 лет.

¹⁰ Источник: составлено автором.

Республика Карелия по своим особенностям разная. Север имеет свои исторические и географические особенности, юг — другие. Следует заниматься развитием туризма в разных направлениях, в союзе природных, исторических и культурных элементов.

Важным вопросом остаётся билингвизм на вывесках в городе Петрозаводске советского периода. До 1980-х гг., несмотря на снижение национально-этнического состава доли коренных народов, это было нормой. Многие гости города отмечали, что им это нравится, это придаёт некий колорит местности. Для 90-х гг. этот культурный элемент городской среды был важным ввиду широкого открытия границ. Петрозаводск стали чаще посещать люди из других стран. И, например, для финнов это было очень важным элементом. Двухязычные названия привлекали не только зарубежных соседей, но и туристов из России.

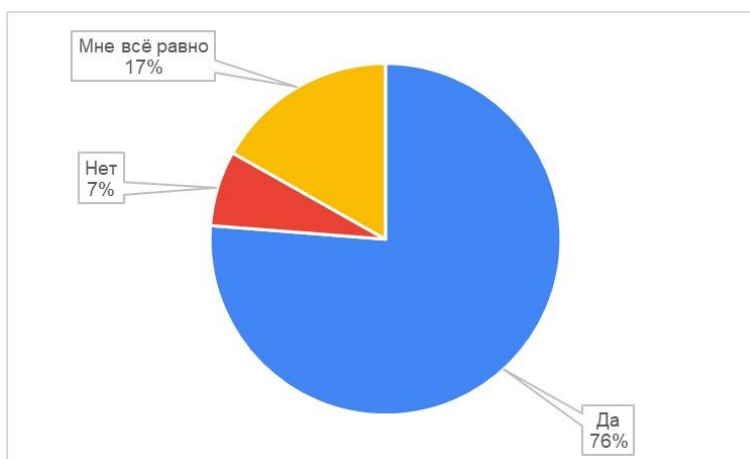


Рис. 7. Привлекательность финских названий / вывесок в г. Петрозаводске советского и позднесоветского периода (доля ответов, %) ¹¹.

На рис. 7 представлены ответы о вывесках, которые можно было ещё застать на улицах Петрозаводска в период перестройки. По результатам сравнительного анализа двух массивов, мы видим незначительную разницу в ответах (+\ -3%).

С 2020 г. в г. Петрозаводске начали устанавливать двухязычные таблички с названием улиц и номерами домов. Дизайн табличек был выбран практически такой же, как в советское время.

В актуальной анкете 2022 г. помимо данного вопроса содержались два вопроса, которых не было в анкете 2015 г. Первый из них «Несколько лет назад в Петрозаводске появились таблички с названиями улиц на двух языках, как вы к этому относитесь?».

¹¹ Источник: составлено автором.

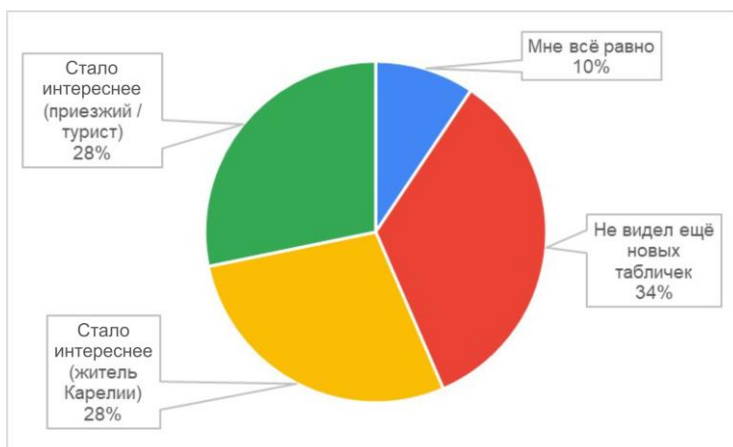


Рис. 8. Привлекательность двуязычных названий / вывесок в г. Петрозаводске в современности (доля ответов, %) ¹².

Как мы можем видеть из рис. 8, эта практика положительно оценивается как со стороны туристов, так и со стороны местных жителей. Действительно, приезжая в другой город, вы можете «прикоснуться» к частичке местной культуры, это положительные моменты. Этот вопрос был с пунктом «другое», где люди критиковали дизайн таблички, критиковали выбор диалекта карельского языка и другие моменты. Однако таких ответов было очень мало. Несмотря на то, что исторические части города, практически полностью оснащены подобными табличками, процент людей, кто их не видел, остаётся высоким. По мнению автора, данные таблички сделаны хорошо: белые буквы на синем фоне достаточно хорошо видно.

Ещё одним дополнительным вопросом в анкете 2022 г. было мнение респондентов относительно необходимости таких придомовых таблиц в других крупных городах Республики Карелии. Исследование показало, что 61% респондентов считает это необходимым. Но лишь в крупных городах, таких как Кондопога, Сортавала, Беломорск, Олонец, Костомукша. 21% респондентов ответили, что им всё равно.

В современной ситуации, несмотря на внедрение придомовых таблиц, наличие кафедры в Петрозаводском Государственном Университете, школы и детского сада, в целом ситуация с билингвизмом находится в плохом состоянии. Коренные культуры воспринимаются как некоторая архаика. Современного искусства и музыки практически не осталось.

Данное анкетирование было произведено с целью изучения мнения респондентов по поводу того, что именно они подразумевают под понятием «карельская идентичность региона». В результате проведённого анкетирования были получены разные ответы, которые впоследствии были объединены в следующие блоки:

- природные и географические особенности: животные, озёра, болота, леса, водопады и т.п.;
- особенности культуры: язык (многоязычие), традиции и обычаи, народная кухня, менталитет, архитектура, баня, национальный колорит каждой народности, фольк-

¹² Источник: составлено автором.

лор, история, петроглифы, уникальность культуры региона; наличие карельских, а также карело-финно-вепсских элементов в современном укладе жизни и т.п.;

- социальные и эмоционально-психологические особенности: уровень самосознания населения, уникальность региона, схожесть Карелии с другими регионами РФ, общность населения, гордость за жителей, желание помогать развитию своего региона и т. д.

В сравнении с ответами 2015 г., в актуальном исследовании люди всё чаще говорили о сохранности языка, о приверженности к культуре и местным традициям, об осознании местными людьми свои корней, об отождествлении людей с коренным населением этого региона.

Помимо изучения билингвизма и топонимов, очень важным вопросом в развитии культуры остаются её элементы: искусство, музыка, литература.

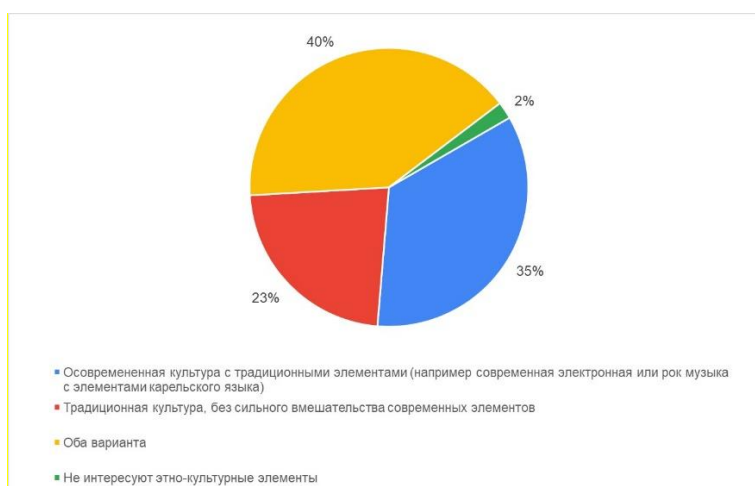


Рис. 9. Привлекательность традиционных форм культуры среди туристов (доля ответов, %) ¹³.

На рис. 9 представлены ответы на вопрос «Что вам больше нравится?» в отношении формы культуры. По сравнению с 2015 г., в актуальной анкете больше представлено ответов об этнофутуристических элементах и примерно столько же процентов относительно традиционных форм. Такой результат является понятным: приезжие люди предпочитают больше воспринимать традиционную культуру. Однако без современных элементов выражения не может быть никакого развития, не может быть будущего. Регион, поддерживающий только традиционные ценности, отвергая современные формы, будет стоять на месте с точки зрения интеллектуально-культурного развития.

Изучая модели этнофутуризма, стоит отметить, что одним из сложных вопросов является определение рамок между традиционной, промежуточной и современной стадией в выражении культурных элементов (искусство, музыка, литература).

С литературой на национальных языках в Карелии всё не так плохо. Часто публикуются различные журналы, газеты, книги. В искусстве и музыке ситуация хуже. Искусство давно стало интегрированным, элементы коренных культур скрыты под общей глобализационной

¹³ Источник: составлено автором.

«маской». В мире изобразительного искусства Карелии остаются представители, занимающиеся традиционными ремёслами. Однако современное искусство с национальным колоритом отходит на задний план. В музыкальной сфере новых проектов в РК не много. Молодые авторы чаще используют английский язык в своих произведениях, что снижает историко-культурную уникальность Карелии. В области изобразительных искусств художники также редко используют эти элементы. За последние 10 лет активно возрос интерес у дизайнеров. Однако этот самый новый этнофутуристический дизайн стал некой особенностью, нежели обыденностью. Сделать просто так дизайн интерьера, например, в карельском стиле стало финансово трудно для обычных граждан. Есть представители сферы культуры, которые не живут в Карелии, но занимаются развитием карельской, финской и вепсской культур. Немало таких представителей живёт в Санкт-Петербурге.

В анкете был вопрос о понимании этнофутуризма и знании карельских художников, литераторов, музыкантов этой области. Среди респондентов около 80% не знают таковых. По мнению автора, это в первую очередь связано с тем, что люди не знакомы с понятием «этнофутуризм». Действительно, на соответствующий вопрос 76% ответили, что не знают. Респонденты перечислили некоторых этнофутуристов: Ondrei, Ilmu, Myllarit (не актуально), Арто Ринне и Sattuma, Yarga sound system, а также некоторых художников, у которых прослеживаются эти элементы.

Чтобы регион развивался в сфере культурного туризма, необходимо оказывать поддержку молодым талантливым художникам, дизайнерам, музыкантам, писателям. Целесообразно обозначить тот факт, что данную поддержку могут оказывать как государственные органы, так и частные фонды и представители бизнеса. Именно благодаря новому развитию культурного пласта этнофутуристов сфера туризма в Карелии получит новый импульс для развития. Если говорить более конкретно, то это может выразиться в следующих аспектах:

- возрождение и популяризация истории;
- возрождение культурных традиций;
- возрождение языка различных карельских народностей, его использование в современных условиях.

Заключение

Развитие региона — процесс, как правило, долгий, но время и усилия, приложенные для этого, дадут положительный эффект в будущем. Главная цель заключается в сохранении и передачи информации о разнообразных формах аутентичных коренных культур региона и представлении новых форм на основе этих элементов.

Сфера туризма — одна из самых быстроразвивающихся в Карелии. Государственным органам и предпринимателям стоит задуматься о том, как можно развивать регион, чтобы он сохранил своеобразие, отличаясь от других регионов. Людям всегда нравится приезжать в другие места, смотреть на другие культуры.

Карелия показывает, как множество народов, в т. ч. достаточно схожих культурно на определённых этапах истории, могут жить вместе, развивать общее хозяйство, культуру, архитектуру и т. п., не забывая о своей индивидуальности. Примером может служить Заонежье, где встретились 3 крупные народности: вепсы, карелы и русские переселенцы Новгорода, Пскова и Владимиро-Суздальской земли. Однако культурные элементы у этих народов довольно схожи ввиду исторических связей. Многие из истории влияния прибалтийско-финских народов на общую, смешанную культуру уже утрачено, и история края слабо передаётся молодому поколению самой Республики и соседних регионов.

Краткие результаты сравнительно анализа можем увидеть в табл. 1. В сравнении с 2015 г., респонденты чаще более сформулировано дают ответы на вопрос о понимании, что такое этническая идентичность региона и этнофутуризм.

Показатели результатов исследования за 2015 и 2021 г. по основным вопросам ¹⁴ Таблица 1

Вопросы	Наиболее важные показатели за 2015 г.	Наиболее важные показатели за 2022 г.	Результат
Частота путешествий по СЗФО и ЦФО РФ (рис. 4)	51% ответов — редко, 18% ответов — часто.	38% ответов — редко, 32% ответов — часто.	Респонденты стали чаще путешествовать внутри страны.
Знания о традициях и культуре народов Карелии	Сталкивались лично - 31%. Не знакомы — 14%.	Сталкивались лично - 48%. Не знакомы — 4%.	Повышение прямого контакта с элементами коренных культур. Повышение интереса к коренным культурам.
Частота путешествий по Карелии (рис. 3)	Не были в Карелии — 48%. Часто путешествуют — 10%. Бывают 2–3 раза в год — 7%.	Не были в Карелии — 19%. Часто путешествуют — 17%. Бывают 2-3 раза в год — 19%.	Увеличение туристского потока в Республику Карелию.
Привлекательность топонимов и гидроним в Карелии (рис. 5)	Привлекает туристов — 42%.	Привлекает туристов — 50%.	Привлекательность возросла. Ответы местных жителей остались на том же уровне.
Привлекательность формы использования топонимов на природных таблицах и прочих местах (двуязычные, оригинальные, русифицированные и т.п.; рис. 6)	Двуязычные — 59%. Оригинальные и русифицированные названия — 22%.	Двуязычные — 60%. Оригинальные и русифицированные названия — 25%.	Разницы почти нет, однако всё равно преобладает вариант с двуязычными таблицами.
Вопрос об интересе туристов о предлагаемых этнокультурных услугах (этнофутуристические, традиционные; рис. 9)	Осовремененная (этнофутуристическая) культура с традиционными элементами — 24%.	Осовремененная (этнофутуристическая) культура с традиционными элементами — 35%.	У туристов больший интерес стали вызывать формы выражения с использованием современных инструментов.

¹⁴ Источник: составлено автором.

Исходя из результатов исследования, можно утверждать, что как приезжим людям, так и туристам в основной массе нравились элементы коренных языков в городской среде позднесоветского времени. После появления таких таблиц на карельском и русском языке вновь в современности, люди также отмечают возросший интерес, в т. ч. у туристов. Однако стоит отметить, что карельский язык — единственный коренной язык России (среди 22 республик), не являющийся государственным в родной Республике¹⁵. Люди, проезжая по Прионежью, всегда обращают внимание на таблички с топонимами Шокша, Вехручей, Шелтозеро.

В результате проведённого исследования получены данные, позволяющие сделать выводы о высокой привлекательности и значимости топонимов и гидронимов для жителей региона и приезжих туристов. Мультипликативный эффект от внедрения культурных элементов коренных народов РК проявляется в развитии национальной и региональной идентичности сообщества. Она является важным составным элементом модели национальной идентичности российского общества в целом и северных территорий в частности [16].

По результатам исследования можно видеть, что туристы чаще начали путешествовать как в саму Карелию, так и по регионам Северо-Запада в целом. Людей стало больше привлекать это национально-культурное разнообразие. В меню гастрономических заведений люди чаще хотят видеть местные блюда, часто на двух языках или местном языке. Чуть больше люди стали интересоваться различными современными видами культурных выражений с этническими элементами. Всё это уже сейчас, в реальности, положительно сказывается на экономической ситуации региона. Результаты этого исследования лишь подтвердили это, а значит главным акторам следует уделить этому больше внимания и поддерживать сельские инициативы.

Если говорить о позитивных факторах, которые могут повлиять на социальное и экономическое развитие Карелии, то развитие историко-культурного вида туризма, основанное на этнофутуризме и топонимах, может стать одним из важнейших направлений для осуществления данного процесса. К основным драйверам развития в данном аспекте можно отнести различных представителей местного сообщества: региональную и муниципальную власть, социально ответственный бизнес, а самое главное — активные профессиональные и социальные группы, носителей символов культуры. Региональной власти следует более тщательно рассматривать культурные инициативы. Следует уделять больше внимания этнофутуристическим проектам.

Требуется развитие инновационных форм региональной идентичности в их современном виде, благодаря которым будет происходить развитие регионального сообщества в целом, а также экономическое и социальное развитие сельских территорий. Важным элементом является укрепление межнациональных связей, что будет способствовать развитию общества России в целом.

¹⁵ Конституция Республики Карелия. Гл. 1. Ст. 11. П. 1.

Список источников

1. Важенина И.С., Важенин С.Г. Конкуренция территорий за будущее: особенности зарождения и становления // Федерализм. 2022. Т. 27. № 4 (108). С. 21–36. DOI: 10.21686/2073-1051-2022-4-21-36
2. Трофимов Е.Н. Развитие этнографического туризма в России // Вестник РМАТ. 2013. № 4. С. 3–13.
3. Беркович Н.А. Этнический туризм — культурные смыслы путешествий и реконструкция исторической памяти // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы: сб. науч. статей и материалов Международной научно-практической конференции. Москва: МГИИТ, 2011. С. 6–9.
4. Чистякова О.В. Этнический туризм в контексте многообразия культур современного мира // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Философия. 2021. № 2 (40). С. 118–127.
5. Chistyakov D. The Influence of Mass Media on Consumer Culture: religious Tourism // Logos. 2020. № 104. Pp. 140–147. DOI: 10.24101/logos.2020.58
6. Базилевич С.В., Липкина Е.Д., Малыгина М.В. Организационные аспекты и направления развития этнического туризма в Республике Крым // ЦИТИСЭ. 2022. № 1 (31). С. 451–466. DOI: 10.15350/2409-7616.2022.1.39
7. Масленникова Е.Г., Литвинова Е.В., Данилова В.А., Силаева А.А., Гозалова Э.А. Исследование этнокультурного внутреннего и внешнего туризма Калининградской области // Экономика и предпринимательство. 2020. № 12 (125). С. 436–441. DOI: 10.34925/EIP.2021.125.12.086
8. Винтайкина Е.В., Веткина С.Н. Развитие этнокультурного туризма как способ смягчения межнациональных противоречий // Образование. Наука. Научные кадры. 2021. № 1. С. 106–107. DOI: 10.24411/2073-3305-2021-1-106-107
9. Дашкова Е.В. Практики этнокультурного туризма: экзистенциальные аспекты // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки. 2021. Т. 14. № 6. С. 228–236. DOI: 10.17213/2075-2067-2021-6-228-236
10. Сафарова Т.Р. Социальные функции этнокультурного туризма и его особенности // Современные инновации. 2021. № 1 (39). С. 26–28.
11. Лысикова О.В. Этнокультурный туризм в контексте социальных изменений практик туристов и путешественников // Сервис plus. 2022. Т. 16. № 1. С. 3–14. DOI: 10.24412/2413-693x-2022-1-3-14
12. Морозова Т.В., Козырева Г.Б., Белая Р.В., Морозов А.А. Проблемы и перспективы развития этнокультурного туризма на территориях приграничья // Экономика, предпринимательство и право. 2021. Т. 11. № 11. С. 2565–2574. DOI: 10.18334/epp.11.11.113749
13. Кондратьева С.В. Национальный туристический рейтинг российских регионов: типологическое разнообразие // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Экономика. 2022. Т. 30. № 1. С. 45–56. DOI: 10/22363/2313-2329-2022-30-1-45-56
14. Грицай В.В., Злыденко Д.С. Новая Европа: современное состояние и перспективы регионализма // Философия права. 2022. № 4 (103). С. 48–55.
15. Никонова Т.В. Проблемы и перспективы развития этнотуризма в современном обществе // Журнал прикладных исследований. 2022. Т. 4. № 11. С. 313–318. DOI: 10.47576/2712-7516_2022_11_4_313
16. Морозов А.А. Национально-территориальная идентичность как фактор развития туризма в регионе: топонимика и этнофутуризм в Карелии // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. Изд. дом Финансы и кредит. 2016. № 6 (339). С. 57–72. DOI: 10.13140/RG.2.2.24850.15047
17. Захарова Е.В., Кузьмин Д.В., Муллонен И.И. Карельская топонимия в государственном каталоге географических названий: работа над ошибками // Вопросы ономастики. 2022. Т. 19. № 3. С. 256–281. DOI: 10.15826/vopr_onom.2022.19.3.040

References

1. Vazhenina I.S., Vazhenin S.G. Konkurentsiya territoriy za budushchee: osobennosti zarozhdeniya i stanovleniya [Competition of Territories for the Future: Features of Origin and Formation]. *Federalizm* [Federalism], 2022, vol. 27, no. 4 (108), pp. 21–36. DOI: 10.21686/2073-1051-2022-4-21-36
2. Trofimov E.N. Razvitie etnograficheskogo turizma v Rossii [The Development of Ethnographic Tourism in Russia]. *Vestnik RMAT* [Vestnik of RIAT], 2013, no. 4, pp. 3–13.
3. Berkovich N.A. Etnicheskiy turizm — kul'turnye smysly puteshestviy i rekonstruktsiya istoricheskoy pamyati [Ethnic Tourism — Cultural Significance of Travel and Reconstruction of Historical Memory]. *Industriya turizma: vozmozhnosti, priority, problemy i perspektivy: sb. nauch. statey i materialov Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii* [Tourism Industry: Opportunities, Priorities, Challenges and Prospects. Proc. Intern. Sci.-Pract. Conf.]. Moscow, MATHC Publ., 2011, pp. 6–9.
4. Chistyakova O.V. Etnicheskiy turizm v kontekste mnogoobraziya kul'tur sovremennogo mira [Ethnic Tourism in the Context of Cultural Diversity of Contemporaneity]. *Vestnik Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Filosofiya* [Proceedings of Voronezh State University. Series: Philosophy], 2021, no. 2 (40), pp. 118–127.
5. Chistyakov D. The Influence of Mass Media on Consumer Culture: Religious Tourism. *Logos*, 2020, no. 104, pp. 140–147. DOI: 10.24101/logos.2020.58
6. Bazilevich S.V., Lipkina E.D., Malygina M.V. Organizatsionnye aspekty i napravleniya razvitiya etnicheskogo turizma v Respublike Krym [Organizational Aspects and Directions of Development of Ethnic Tourism in the Republic of Crimea]. *TsITISE* [CITISE], 2022, no. 1 (31), pp. 451–466. DOI: 10.15350/2409-7616.2022.1.39
7. Maslennikova E.G., Litvinova E.V., Danilova V.A., Silaeva A.A., Gozalova E.A. Issledovanie etnokul'turnogo vnutrennego i vneshnego turizma Kaliningradskoy oblasti [Research of Ethnocultural Internal and External Tourism of the Kaliningrad Region]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo* [Economy and Entrepreneurship], 2020, no. 12 (125), pp. 436–441. DOI: 10.34925/EIP.2021.125.12.086
8. Vintaykina E.V., Vetkina S.N. Razvitie etnokul'turnogo turizma kak sposob smygcheniya mezhnatsional'nykh protivorechiy [Development of Ethno-Cultural Tourism as a Way to Mitigate Inter-ethnic Contradictions]. *Obrazovanie. Nauka. Nauchnye kadry* [Education. Science. Scientific Personnel], 2021, no. 1, pp. 106–107. DOI: 10.24411/2073-3305-2021-1-106-107
9. Dashkova E.V. Praktiki etnokul'turnogo turizma: ekzistentsional'nye aspekty [Ethnocultural Tourism Practices: Existential Aspects]. *Vestnik Yuzhno-Rossiyskogo gosudarstvennogo tekhnicheskogo universiteta (NPI). Seriya: Sotsial'no-ekonomicheskie nauki* [Bulletin of the South-Russian State Technical University (NPI). Series: Socio-Economic Sciences], 2021, vol. 14, no. 6, pp. 228–236. DOI: 10.17213/2075-2067-2021-6-228-236
10. Safarova T.R. Sotsial'nye funktsii etnokul'turnogo turizma i ego osobennosti [Social Functions of Ethnocultural Tourism and Its Features]. *Sovremennye innovatsii* [Modern Innovations], 2021, no. 1 (39), pp. 26–28.
11. Lysikova O.V. Etnokul'turnyy turizm v kontekste sotsial'nykh izmeneniy praktik turistov i puteshestvennikov [Ethnocultural Tourism in the Context of Social Changes in the Practices of Tourists and Travelers]. *Servis plus* [Service Plus], 2022, vol. 16, no. 1, pp. 3–14. DOI: 10.24412/2413-693x-2022-1-3-14
12. Morozova T.V., Kozyreva G.B., Belaya R.V., Morozov A.A. Problemy i perspektivy razvitiya etnokul'turnogo turizma na territoriyakh prigranich'ya [Problems and Prospects of Ethno-cultural Tourism in the Cross-border Regions]. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i parvo* [Journal of Economics, Entrepreneurship and Law], 2021, vol. 11, no. 11, pp. 2565–2574. DOI: 10.18334/epp.11.11.113749
13. Kondrateva S.V. Natsional'nyy turisticheskyy reyting rossiyskikh regionov: tipologicheskoe raznoobrazie [National Tourist Rating of Russian Regions: Typological Diversity]. *Vestnik Rossiyskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Ekonomika* [RUDN Journal of Economics], 2022, vol. 30, no. 1, pp. 45–56. DOI: 10/22363/2313-2329-2022-30-1-45-56

14. Gritsai V.V., Zlydenko D.S. Novaya Evropa: sovremennoe sostoyanie i perspektivy regionalizma [New Europe: Modern Condition and Prospects of Regionalism]. *Filosofiya prava* [Philosophy of Law], 2022, no. 4 (103), pp. 48–55.
15. Nikonova T.V. Problemy i perspektivy razvitiya etnoturizma v sovremennom obshchestve [Problems and Prospects of the Development of Ethno-tourism in Modern Society]. *Zhurnal prikladnykh issledovaniy* [Journal of Applied Research], 2022, vol. 4, no. 11, pp. 313–318. DOI: 10.47576/2712-7516_2022_11_4_313
16. Morozov A.A. Natsional'no-territorial'naya identichnost' kak faktor razvitiya turizma v regione: toponimika i etnofuturizm v Karelii [National-territorial Identity as a Factor in the Development of Tourism in the Region: Toponymy and Ethno-futurism in Karelia]. *Natsional'nye interesy: priority i bezopasnost'* [National Interests: Priorities and Security], 2016, no. 6 (339), pp. 57–72. DOI: 10.13140/RG.2.2.24850.15047
17. Zakharova E.V., Kuzmin D.V., Mullonen I.I. Karel'skaya toponimiya v gosudarstvennom kataloge geograficheskikh nazvaniy: rabota nad oshibkami [Karelian Toponymy in the State Index of Place Names: Mistakes Correction]. *Voprosy onomastiki* [Problems of Onomastics], 2022, vol. 19, no. 3, pp. 256–281. DOI: 10.15826/vopr_onom.2022.19.3.040

*Статья поступила в редакцию 27.03.2023; одобрена после рецензирования 31.03.2023;
принята к публикации 01.04.2023*

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов