

М.Ю. Каштанова, А.И. Кусерова

Мордовский государственный университет им. Н.П. Огарёва

УДК 383.483.12:069(470.345)

С.Д. ЭРЪЗЯ И Ф.Ф. УШАКОВ КАК ОСНОВНЫЕ ТУРИСТСКИЕ БРЕНДЫ РЕСПУБЛИКИ МОРДОВИЯ

В статье раскрываются теоретические аспекты туристского бренда и брендинга. Авторы определяют особенности личностей С.Д. Эрзя и Ф.Ф. Ушакова как туристских брендов Мордовии и предлагают комплекс мероприятий по их продвижению с целью развития туризма в регионе.

Ключевые слова: Туризм, Республика Мордовия, брендинг, туристский бренд, личность, С.Д. Эрзя, Ф.Ф. Ушаков.

M. Yu. Kashtanova, A.I. Kuserova

National Research Mordovian State University

S. D. ERZYA AND F. F. USHAKOV AS THE MAIN TOURIST BRANDS OF THE REPUBLIC OF MORDOVIA

The article reveals the theoretical aspects of the tourism brand and branding. The authors define personality characteristics of S. D. Erzya and F. F. Ushakov as a tourism brands of Mordovia and offer a range of activities to promote development of tourism in the region.

Keywords: Tourism, the Republic of Mordovia, branding, tourism brand, personality, S.D. Erzya, F.F. Ushakov.

В позиционировании и продвижении какого-либо туристского объекта, города, местности, региона или страны в целом важную роль играют туристские бренды.

В большинстве случаев, брендинг страны или региона производится с целью привлечь больше туристов. То, как представит себя та или иная страна, ее правильное позиционирование поможет сформировать нужный образ в сознании туриста. «Раскрученный» бренд также помогает продавать товары, которые в ней производятся, быстрее и дороже. Правильно сформированный бренд страны способен еще длительное время работать на нее. Например, разработка бренда для российского города «Добрянка — столица доброты» обошлась Добрянке в 400 тыс. руб., а сейчас город зарабатывает с помощью своего бренда [2]. А бренд «Великий Устюг — родина Деда Мороза» уве-

личил за 10 лет своего существования поток туристов в 6 раз, а доходы от туризма в Вологодской области выросли на 30-40 % [4].

Понятие «бренд» включает в себя символ бренда и систему отношений потребителя к бренду. Бренд может быть выражен в названии, термине, знаке, символе или другой качественной характеристике, которая бы идентифицировала эту территорию как отличающуюся от других через набор образов в воображении потребителей бренда.

Создание бренда — очень важный этап в работе, однако без грамотного управления бренд так и может остаться на бумаге. С созданием бренда непосредственно связано понятие брендинга. Брендинг — это процесс разработки, создания и продвижения бренда на рынке. А брендование является одной из составляющих рекламной акции, которая проводится при раскрутке бренда. Это направление рекламы работает на улучшение и распространение имиджа организации. Таким образом, брендование является частью брендинга.

В туризме широко используется понятие географического бренда или бренда территории. Бренд территории — это совокупность

© Каштанова М.Ю., Кусерова А.И., 2018

Каштанова Марина Юрьевна,

магистрант, МГУ им. Н.П. Огарёва;

kashtanova1996@mail.ru

Кусерова Анна Ивановна,

преподаватель, МГУ им. Н.П. Огарёва;

anna-kuserova@yandex.ru

уникальных качеств, непреходящих общечеловеческих ценностей, отражающих своеобразие, неповторимые оригинальные потребительские характеристики данной территории и сообщества, широко известные, получившие общественное признание и пользующиеся стабильным спросом потребителей данной территории. В структуру бренда территории входят 6 элементов: туризм, экспортные бренды, внешняя и внутренняя политика, бизнес и инвестиции, культура и наследие, люди [3].

В сравнении с брендом территории более узким по смыслу является понятие туристского бренда. Туристский бренд — это системное понятие, которое характеризует стратегию создания конкурентных преимуществ турпродукта, перспективность развития туристской деятельности и максимальное получение социально-экономического эффекта. Проще говоря, туристские бренды — это те выдающиеся достопримечательности, которые показывают гостям в первую очередь, без ознакомления с которыми знакомство с данной местностью обычно считается неполным.

В своем исследовании Р.Р.Абушкин и И.Н.Пронина вводят понятие культурного бренда территории как презентации места через узнаваемый набор символов и определяют его структуру, одним из элементов которой является имя, известная личность. Таким образом, культурный бренд региона или города может сформироваться на основе известной личности, творческого имени, отпечаток известности которой распространяется на территорию. Творческое имя может претендовать на повсеместную известность в своем регионе, стране, мире и закреплять устойчивые ассоциации за той или иной территорией. Примером такой брендинговой стратегии можно считать г. Копенгаген, идея продвижения которого «Чудесный Копенгаген» основывается на имени Г.Х.Андерсена [1].

Присутствие личности придает бренду глубину, эмоциональность и реалистичность. Процесс восприятия имиджа происходит более эффективно, если он наделен определенными человеческими чертами, то есть ориентирован на личность. При этом весь комплекс ассоциативных представлений территории может быть заменен на образ человека. В качестве примеров таких туристских брендов можно привести: Ижевск — П.И.Чайковский, Болдино — А.С.Пушкин, Тарханы — М.Ю.Лермонтов; Саратовская область — Ю.А.Гагарин.

Для Республики Мордовия создание туристских брендов является особенно актуальным в преддверии Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России™, так как это отличная возможность показать всему миру туристские

возможности региона. Говоря об известных личностях как основе туристского брендинга, можно сказать, что в республике основными являются С.Д.Эрзя и Ф.Ф.Ушаков.

В целях использования имен С.Д.Эрзя и Ф.Ф.Ушакова в туристском брендинге республики необходимо выявить особенности их личности.

При упоминании о нашей республике одним из первых называют имя С.Д.Эрзя. Его личность можно рассмотреть в нескольких аспектах: как выдающегося скульптора, «русского Родена» и как патриота своей малой Родины и своего народа. Также жизнь и творчество С.Д.Эрзя в течение 23 лет были связаны с Аргентиной, поэтому его можно считать брендом и этой страны. Эрзя является автором более 200 работ, «покорителем кебрачо», признанным мастером скульптуры из дерева. Псевдоним Эрзя был взят скульптором С.Д.Нефедовым в честь мордовского субэтноса эрзя, к которому он принадлежал. Национальная тема ярко выражена в его творчестве: наряду со скульптурами «Ассирийка», «Женщина из Индокитая», «Боливец», «Аргентинец», «Испанка», «Француженка» и др. есть работы «Эрзянка», «Голова мордовки», «Крестьянин-мордвин», «Старик мордвин», «Мордовка» которые отражают национальные черты мордовского, в том числе эрзянского, народа [5].

В Мордовии есть ряд объектов туристского показа, связанных с именем С.Д.Эрзя, в первую очередь к ним относятся Мордовский республиканский музей изобразительных искусств им. С.Д. Эрзя и дом-музей в с. Баево Ардатовского района.

Музей изобразительных искусств, открытый в 1958 г., является обладателем самого крупного в мире собрания произведений С.Д.Эрзя и одним из главных туристских объектов г. Саранска. Дом-музей всемирно известного скульптора является филиалом музея изобразительных искусств и хранит документы, фотографии, посвященные различным периодам жизни Эрзя, репродукции некоторых из его произведений и личные вещи.

Личность Ф.Ф.Ушакова также можно рассмотреть в двух аспектах: как адмирала русского флота и святого. Адмирал Ушаков был выдающимся флотоводцем, не проигравшим ни одного сражения. Его по праву можно считать основателем русской тактической школы в военно-морском деле. Кроме того, ни один подчиненный Ушакова не попал в плен. Он вел праведную жизнь, славился своей гуманностью, добрым отношением к людям, после битв всегда заказывал благодарственный молебен, в 1812 г. на свои средства содержал первый тамбовский походный полк и госпиталь.

* РЕГИОН 13 *

С. Д. ЭРЗЯ – СКУЛЬПТОР МИРА

Знаете ли Вы, что...

- 1 ...псевдоним «Эрзя» скульптор Степан Дмитриевич Нефёдов (1876–1959) взял у своего народа «эрзя», являющегося одним из субэтносов мордовского народа.
- 2 ...всемирно известный скульптор родился в с. Баеве (ныне Ардатовский район Республики Мордовия) и до 10 лет, до момента поступления в школу, говорил только на эрзянском языке.
- 3 ...прежде чем стать скульптором, С. Д. Эрзя много лет работал иконописцем. Тяга к художественному творчеству привела эрзянского пареня в иконописные артели Алатыря и Казани, т. е. художественных школ в России конца XIX в. не было.
- 4 ...первый успех и признание к скульптору С. Д. Эрзя пришел в Италии, где он в 1909 г. участвовал в Международной художественной выставке «VIII Венецианская биеннале».
- 5 ...уже в начале творческого пути С. Д. Эрзя называли «русским Роденом» за способность передавать самые различные психологические состояния героев.
- 6 ... в творчестве С. Д. Эрзя отдавал предпочтение женским образам. Чувство любви к женщине не раз вдохновляло мастера на создание работ в жанре «ню», воспевающих красоту обнаженного тела.

* РЕГИОН 13 *

АДМИРАЛ Ф. Ф. УШАКОВ – ПОКРОВИТЕЛЬ ЗЕМЛИ МОРДОВСКОЙ

Знаете ли Вы, что...

- 1 ...адмирал Ф. Ф. Ушаков родился 13 (24) февраля 1745 г. в с. Бураково Ярославской губернии в небогатой дворянской семье.
- 2 ...за годы службы Ф. Ф. Ушаков не проиграл ни одного сражения, ни один корабль под его командованием не был захвачен, ни один моряк не попал в плен.
- 3 ...грозный «Ушак-паша» – так в Русско-турецкую войну 1787-1791 гг. прозвали турки Ф. Ф. Ушакова, который повергал неприятеля в ужас.
- 4 ...в бой Ушаков неизменно шел с молитвой на устах и за каждую очередную победу заказывал благодарственный молебен.
- 5 ...адмиралский чин Федор Федорович получил в 1799 г., взяв штурмом неприступную крепость Корфу и освободив от французов Ионические острова.
- 6 ...за успешную борьбу с эпидемией чумы в Херсоне в 1785 г. Ф. Ф. Ушаков был награжден орденом Св. Владимира IV степени.

Титульные стороны флаеров «С. Д. Эрзя – скульптор мира» и «Адмирал Ф. Ф. Ушаков – покровитель земли мордовской»

С именем Ф.Ф.Ушакова связано достаточное количество объектов в России и в мире. Особенно популярен и почитаем Ушаков жителями греческого острова Корфу, где его называют освободителем. В г. Тутаеве проводятся экскурсии «Ими гордится наш край», «Их имена на карте Тутаева», посвященные в том числе и Ф. Ушакову. В городе действует военно-исторический музей «Адмирала Ушакова и русского флота», являющийся объектом туристского показа. Ушаков позиционируется как туристский бренд Тутаева, поскольку этот город является его родиной.

Несмотря на то, что в Мордовии Ушаков провел лишь последние годы своей жизни, именно с нашим регионом он ассоциируется в первую очередь. В Республике Мордовия 2 основных центра, связанных с Ушаковым — города Саранск и Темников, а также

Темниковский район. В Саранске находится Кафедральный собор святого праведного воина Феодора Ушакова. Один из лучших отелей в городе — «Адмирал» — назван в честь легендарного флотоводца. В Темникове находится историко-краеведческий музей, носящий имя адмирала и располагающийся в здании, построенном на средства Ф. Ушакова. В музее сохранились уникальные документы, связанные с Ушаковым, а также единственный прижизненный портрет и бюст, наиболее достоверно отображающий внешность флотоводца. Рядом с г. Темников находится Рождество-Богородичный Санаксарский мужской монастырь, на территории которого расположена могила Ушакова [3].

Для продвижения брендов С.Д.Эрзи и Ф.Ф.Ушакова созданы туристско-информационные материалы, посвященные им (рисунок).

Кроме того, в республике проходит ряд мероприятий, посвященных этим выдающимся людям:

- Международная научно-практическая конференция «Эрзынские чтения»;
- комплекс мероприятий, посвященных 140-летию со дня рождения С.Д. Эрзы (в 2016 г.);
- ежегодное (с 2014 г.) награждение региональной Премией имени Степана Эрзы;
- межрегиональный фестиваль патриотической песни «Голос воина»;
- Ушаковские сборы;
- комплекс мероприятий, посвященных 200-летию памяти Ф.Ф. Ушакова (в 2017 г.).

Имена С.Д. Эрзы и Ф.Ф. Ушакова несомненно можно использовать в туризме Республики Мордовия в качестве туристского бренда, а продвигать их можно в различных направлениях:

- через объекты туристского показа, связанные с Ф.Ф. Ушаковым и С.Д. Эрзой;
- через проведение событийных мероприятий и развитие событийного туризма;
- через экскурсионные маршруты (Саранск – Баево, Саранск – Темников – Санаксарский монастырь).

Также возможно создание международных туристских маршрутов, в частности круизов

по Черному и Средиземному морю, включающих в себя Грецию, Болгарию, Италию, Мальту (связанных с именем Ф.Ф. Ушакова) и туров в Аргентину (связанных с именем С.Д. Эрзы).

Библиографический список

1. Абушкин Р.Р., Пронина И.Н. Культурный бренд Республики Мордовия как проектная стратегия развития территории // Муниципальная экономика и управление. 2017. №4(21). URL: <http://municipal.uapa.ru/ru/issue/2017/04/4/> (дата обращения: 30.04.2018).
2. Габриелян В. С. Туристские бренды стран мира // Туризм: технологии и тренды: мат. II студ. науч.-практ. конф. Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2016. С. 15–24.
3. Жулина М.А., Каштанова М.Ю., Кусерова А.И. Ф.Ф. Ушаков как туристский бренд Республики Мордовия // Туризм и региональное развитие: сб. науч. ст. Смоленск: Универсум, 2017. Вып. 10. С. 152–157.
4. Терентьева О.В., Щеглов Д.М., Лощева Д.Ю. Выявление потенциальных туристских брендов как элемент позиционирования территории (на примере города Саратова и Саратовской области) // Известия Саратовского университета. Сер. Науки о Земле. 2015. Т. 15, вып. 1. С. 24–27.
5. Территориальная организация туризма в Республике Мордовия: монография / Н.А. Емельянова, М.А. Жулина, А. С. Карасев [и др.]. Саранск: Изд-во Мордов. ун-та, 2017. 272 с.