



Прикладная культурология

Путрик Ю.С.

К вопросу об измеряемости цивилизационных ценностей как компонента формирования брендов обширных территорий

Аннотация. В современных условиях роль брендинга территории, как привлекательного объекта для туристов, инвесторов и бюджетных субсидий неизмеримо возрастает. Однако брендинг обширных территорий субъектов РФ пока не получил достаточного развития и не используется в должной мере для повышения их привлекательности. Системность и устойчивость процесса продвижения регионов на туристский и инвестиционный рынки может быть обеспечена более активным использованием ключевых цивилизационных символов и знаков, наиболее ярко отражающие особенности каждого региона. Конкретным инструментом вовлечения культурного и природного наследия в процесс брендинга может стать карта цивилизационной насыщенности регионов России, составленная с использованием официальных статистических данных о материальных объектах культурно-исторического наследия народов Российской Федерации.

Ключевые слова: брендинг, культурный ландшафт, культура, наследие, карта, туризм, регион, цивилизация, ценности

Идея и научно обоснованный образ российской цивилизации, получившие в наше время развитие в работах Панарина А. С. [11], Расторгуева В. Н. [8] и др., приобретает совершенно новый смысл и значение в современной интерпретации, когда выходит за границу научно-методологической сферы и ей официально придается статусное место в качестве метода и инструмента государственной культурной политики. До недавнего времени в законодательных документах о культуре и культурном наследии говорилось лишь вкладе российской культуры в мировую цивилизацию [2] Согласно утвержденным в 2014 г. Основам государственной культурной политики в Российской Федерации одной из важнейших целей государственной культурной политики обозначена «...передача от поколения к поколению традиционных для российской цивилизации

ценностей и норм, традиций, обычаев и образцов поведения» [1]. Таким образом понятие «российская цивилизация» вошло в государственный нормативно-правовой оборот, а цивилизационный подход становится официальной методологической основой государственной культурной политики. «Культура России – такое же ее достояние, как и природные богатства. В современном мире культура становится значимым ресурсом социально-экономического развития, позволяющим обеспечить лидирующее положение нашей страны в мире» [См. там же].

Заметим, что природные богатства и социально-экономические ресурсы измеряются и оцениваются в количественных и качественных показателях, т.е. подлежат измерению и оценке. В этой связи актуализируются, соответственно, вопросы измерения и оценки культурного, т.е. цивилизационного потенциала страны и отдельных регионов. Применение цивилизационного подхода позволяет по новому посмотреть на определение приоритетов, целей и показателей государственного управления не только в сфере культуры, но и в других областях общественной деятельности – образовательной, туристской, экономической, социальной. Поэтому продекларированные в опубликованном в 2016 г. Российским научно-исследовательским институтом культурного и природного наследия им. Д. С. Лихачева проекте «Стратегии сохранения культуры и культурно-исторического наследия народов Российской Федерации на период до 2030 г.» культурные гуманитарные ценности российской цивилизации как «духовно-нравственные, этические ценностные императивы, определяющие цивилизационную идентичность России как уникального социокультурного пространства...», и обусловленные «особой ролью России в глобальных исторических процессах» [10, с. 6], являясь основой культурной идентичности российской нации, приобретают особую актуальность и практический смысл в современных условиях тотальной информационной войны за возможность устойчивого и безопасного социально-экономического развития российского государства.

Практическая направленность данной статьи связана с проблемами брендинга территории. В этой связи отметим, что в современных условиях роль брендинга территории, как привлекательного объекта для туристов, инвесторов и бюджетных субсидий неизмеримо возрастает. Процесс брендинга происходит активно и к настоящему времени получил определенное практическое воплощение в основном по отношению к конкретным административным центрам и другим большим и малым населенным пунктам. Однако по отношению к обширным территориям, каковыми являются территории субъектов РФ сложился определенный вакуум, т. е. брендинг конкретных регионов (субъектов РФ) в целом не получило достаточного развития и не используется в должной мере для повышения привлекательности субъектов РФ.

Предварительный анализ современного состояния брендинга показывает, что фактически бренды регионов РФ существуют и применяются, однако они никак не признаны, в подавляющем большинстве случаев, региональными властями, которые, тем не менее, время от времени предпринимают попытки разработать и официально утвердить бренд своего региона. Однако такие попытки, как правило, не получают своё логическое завершение. При этом в вопросах

брендинга цивилизационный потенциал регионов используется далеко не в полной мере. Можно привести, пожалуй, только единичные примеры, где со стороны региональных властей проводится последовательная и целенаправленная работа по формированию и продвижению бренда своего субъекта Российской Федерации. Это Архангельская, Нижегородская, Тульская и некоторые другие области. Поэтому на сегодняшний день является весьма актуальным придание ускоряющего импульса процессу брендинга обширных территорий, приданию этому процессу цивилизационного вектора на основе применения цивилизационно-ценностного подхода, при котором в основу бренда той или иной территории могут быть положены степень и особенности насыщенности той или иной территории цивилизационными ценностями, символами и знаками и другими цивилизационными признаками: этнографическими, событийно-историческими, культурно-традиционными, мифологическими, природными, религиозными и другими компонентами природного и культурного наследия. Результатом разработки наглядно может цивилизационная карта Российской Федерации, которая, может оказать определенное содействие процессу брендинга обширных территорий нашей страны.

На данном этапе важное значение приобретают работы по сбору и систематизации традиционной и современной региональной символики или словосочетаний (слоганов) брендинга, включая геральдические символы, региональные тексты и др. для последующего геокультурного анализа региональных символов и брендов и оценки реального состояния и уровня брендинга российских регионов. Рассуждая о геральдике, понятно, что гербы регионов Российской Федерации, также как региональные гимны и флаги, являются важным показателем идентификации принадлежности данной территории не только к Российской Федерации, как современному государству, но и к российской цивилизации в целом. Так, рассматривая, например, гербы регионов Российской Федерации видим, что большинство из них появились и были утверждены во второй половине XIX века, т.е. в Российской империи. В советское время свою геральдическую символику в РСФСР имели только национальные автономии (бывшие АССР), и для каждой из них были официально утверждены свои гербы. Для русских регионов в условиях унитарного государства в своей символике не было вообще никакой необходимости, что лишний раз подтверждает проводимую в советский период политику обезличивания в сознании населения региональных особенностей и искоренение из памяти народа принадлежности к российской цивилизации.

Региональная символика субъектов РФ возродилась в 1990-е годы уже в новой России, которая стала выступать не просто как символика отдельных её частей но и части российской цивилизации, а также как символика государственных образований, проводящих собственную политику. Это хорошо прослеживается по знакам на гербах. При ознакомлении же с гимнами субъектов РФ легко увидеть отражение и проявление признаков локальных цивилизаций, из которых формировалась единая российская цивилизация. Так, в отличие от гербов, которые имеют сегодня все без исключения субъекты РФ, гимны в качестве геральдического символа официально используют лишь 47 субъектов РФ из 85, т.е. 52,3%. При этом гимны утверждены во всех без исключения национальных республиках и автономных округах (100%), при том как в 59

краях и областях (включая города федерального подчинения) гимназиями обзавелся лишь 21 регион, т.е. 35,6% от общего их числа. С точки зрения российской цивилизационной идентичности принадлежность к России подчеркнута и указана в 32 гимназиях, т.е. в 68% от общего их числа, а среди национальных республик в 50% случаев.

Официальное признание цивилизационно-ценностного подхода открывает широкие возможности его эффективного применения в практике государственного управления. При этом важно понимать, что задачи по практической реализации этих подходов, как справедливо замечает А. С. Миронов, «...не будут выполнены, если при этом не будут предложены конкретные механизмы выявления и продвижения ценностного содержания культурных проектов» [7, с. 131]. Для реального осуществления управленческих функций процесс управления должен быть подкреплен и оснащен системой показателей, по которым можно не только судить об уровне цивилизационной идентичности субъект-объектных цивилизационных отношений, но и о состоянии множественности объектов культурного и природного наследия как материальных, так и нематериальных носителей коллективной исторической памяти. Вполне закономерно, что при планировании результатов реализации Стратегии наряду и наравне с ценностным цивилизационным подходом применяется и «принцип измеримости социальной результативности культуры по качественным и количественным индикаторам» [10, с. 10]. При этом за основу для измерения и прогнозирования состояния культуры принимается механизм сбора и анализа данных об изменении ценностей (базовых смыслов) культуры и образов коллективной памяти, закрепляющих в общественном сознании образцы личного поведения и общественного реагирования, а также соответствующих социальных норм.

Оценка состояния культуры в России, согласно проекту Стратегии, основывается, наряду с данными социологических исследований, на использовании статистических данных о наличии и состоянии материальных объектов и учреждений культуры, статистике производства, сохранения, распространения и потребления культурных благ, статистике занятости и оплаты труда работников, статистике финансов учреждений культуры и прежде всего сведений, собираемых ФГБУ «Главный информационно-вычислительный центр Минкультуры России». [Там же с. 80-81]. Из этого списка данных для целей настоящей статьи остановимся на таком показателе, как статистические данные о наличии и состоянии материальных объектов как недвижимого имущества в соответствии с положениями Федерального закона от 25.06.2002 N 73-ФЗ (ред. от 08.03.2015) «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» [3] и учреждений культуры. Значительная часть сведений об объектах наследия и учреждениях культуры уже включена в Единый государственный реестр объектов культурного наследия. Это, прежде всего, памятники и ансамбли федерального значения, объекты Всемирного Наследия ЮНЕСКО достопримечательные места и особо ценные объекты культурного наследия народов Российской Федерации [4], которые можно рассматривать как материальную константу коллективной исторической памяти. Причем, что касается учреждений культуры, в качестве материальных носителей в данном анализе учитывались музеи-заповедники и музеи-усадьбы, т.е. те объекты, которые исторически возникли в данном конкретном месте и

являются составной частью цивилизационного контента территории, также, как и исторические города и поселения.

Особое место в системе объектов наследия занимает культурный ландшафт, как комплексный объект наследия, выполняющий важную аккумулярующую роль в сохранении всей окружающей среды [5]. При этом подчеркнем, что природная и культурная среды, в т.ч. культурное и природное наследие как составные части культурного ландшафта, обладают определенным информационным и, соответственно, цивилизационным потенциалом [9].

Сложность учета, измерения и оценки цивилизационной значимости культурных ландшафтов состоит в том, что системному учету поддаются только статуйрованные культурные ландшафты, зафиксированные в виде музеев-заповедников, музеев-усадоб, национальных парков и др. Сам по себе культурный ландшафт как статусная единица нигде не зафиксирован и понятие «культурный ландшафт» существует лишь в научном обороте как базис для придания ему в последствии определенного статуса, который позволил бы применять по отношению к нему различные меры по его охране и сохранению. Поэтому вопрос о расширении статусов культурных ландшафтов все больше актуализируется. Существующих сегодня форм официального признания той или иной территории культурным ландшафтом явно недостаточно. С 1990-х Институтом наследия разрабатывалась и практически реализовывалась концепция историко-культурных территорий (или уникальных исторических территорий): выполнены специальные программные разработки, определено и выделено более полусотни историко-культурных территорий в различных регионах Российской Федерации. Рекомендованы мероприятия по их сохранению и использованию, однако лишь нескольким из них на муниципальном уровне официально определен особый статус и, соответственно, специальный режим сохранения и использования культурного наследия [12].

Выявление культурных ландшафтов и последующее придание им соответствующего статуса для включения в Единый государственный реестр объектов культурного наследия позволит увидеть нам качественно новую картину цивилизационной насыщенности территории нашей страны. А пока отсутствие системного и статуйрованного учета культурных ландшафтов, которыми может быть представлен каждый субъект РФ, оставляет их вне измерения и оценки их цивилизационной ценности и значимости в общей системе вовлеченных в процесс формирования карты цивилизационной насыщенности территории Российской Федерации. Вместе с тем примененный методический подход к составлению такой цивилизационной карты позволяет создать на его основе несложное программное обеспечение, которое в дальнейшем может перманентно дополняться новыми и обновленными данными и получать, соответственно, на каждом последующем этапе более полный и углубленный вариант картографического отображения системной оценки цивилизационной насыщенности территории Российской Федерации, способствуя более четкому выявлению ключевых цивилизационных символов (КЦС), присущих каждому субъекту Федерации.

Описанный выше подход к сбору и систематизации массива показателей и созданную в дальнейшем на этой основе карту следует рассматривать как первое приближение к разработке такого картографического произведения. Важно отметить, что географические карты с использованием цивилизационного подхода уже разрабатывались и они, безусловно, являются весьма значимой предпосылкой целенаправленной разработки картографических произведений цивилизационного характера, т. к. системно отражают цивилизационные ценности в комплексном виде и их с полным основанием можно отнести к значимому этапу цивилизационного картографирования. Здесь уместно обратиться к карте «Культурно-ландшафтное районирование территории России», опубликованной в составе 4-го тома Национального атласа России. В сопроводительном тексте указывается, что «основу культурно-ландшафтного районирования территории Российской Федерации положено этноконфессиональное разнообразие России, история формирования хозяйственно-расселенческой структуры страны, природные и историко-культурные особенности, характер распределения культурного наследия» [6, с. 226-227]. На карте выделено 8 культурно-ландшафтных областей и 38 районов. Показаны наиболее крупные культурно-ландшафтные области России - Русская Европа и Русская Азия, а также другие, гораздо меньшие по размеру культурно-ландшафтные области как характерные ареалы компактного расселения нерусских, коренных для данных мест, народов. Среди них выделяются многонациональные Поволжско-Уральская и Северо-Кавказская области, а также области Евразия и Южная Сибирь (Там же).

Предлагаемая к созданию карта цивилизационной насыщенности объектами культурного и природного наследия изначально базируется на измеряемых показателях статифицированных объектов и в этом её принципиальное отличие от карты культурно-ландшафтного районирования, при составлении которой использован общегеографический классический подход к районированию территории без применения каких-то измеряемых показателей и целиком базирующийся на экспертных оценках и сумме гуманитарного знания его создателей. В рамках же подхода с применением измеряемых результатов культурной политики немаловажное значение приобретает учет, анализ и оценка показателей обобщающего характера о материальных и нематериальных объектах культурного наследия, таких как характер и особенности распространения этих объектов по территории страны, количество всей совокупности объектов культурного и природного наследия на единицу населения или площади того или иного региона, статусное соотношение объектов между собой (федерального, регионального или местного значения) и другие производные показатели, характеризующие степень и уровень насыщенности геокультурного пространства регионов страны материальными носителями коллективной исторической памяти. При этом будем исходить из того, что пространственные проявления цивилизационных ценностей, осязаемые и улавливаемые восприятием окружающей среды накапливаются в пространстве прежде всего в виде объектов материальной и нематериальной культуры, аккумулируются в исторической памяти народа в привязке к конкретным культурным и природным объектам, достопримечательным местам, которые, в свою очередь, уже имеют четкую пространственную привязку, т. е. конкретное местоположение на местности и картах, формируя, в

сочетании с природными условиями, те же культурные ландшафты того или иного региона и получившие отражение на упоминавшейся выше карте культурно-ландшафтного районирования.

Говоря об измеряемости цивилизационных показателей, следует понимать, что речь идет о достаточно большой степени формализации и, конечно же, некоторой условности процесса составления перечня таких показателей, их группировки по типам и видам. Поэтому при создании цивилизационной карты и для реализации «принципа измеряемости» возникает задача обеспечения сопоставимости и, соответственно, унификации данных об объектах наследия и введения соответствующих индексов и эквивалентов. Решение этой задачи лежит в плоскости определения обеспечения сопоставимости показателей территориального распределения статуйрованных цивилизационных ценностей, для последующей картографической интерпретации при подготовке исходных материалов к составлению карты. При этом акцент делается на материальные объекты культурного и природного наследия, которые рассматриваются как материальные носители цивилизационной информации, как цивилизационные знаки, как материальные компоненты коллективной исторической памяти. Все объекты были разделены на точечные и площадные (т.е. комплексные). В анализ были вовлечены официально статуйрованные объекты культурного и природного наследия федерального значения для последующего определения степени насыщенности территории и социо-культурного пространства субъектов РФ и, соответственно, уровня цивилизационной идентификации региона с учетом размеров его территории и показателей населенности.

Выявление особенностей и уровня цивилизационной насыщенности социокультурного и демографического пространства территории Российской Федерации материальными компонентами цивилизационно-ценностного характера в рамках сетки административного деления базируется на фактологической и статистической базе показателей для последующего создания цивилизационного фона разрабатываемой карты.

Отдельным разделом работы может стать выявление ключевых цивилизационных символов регионов РФ для последующей картографической интерпретации. Если исходить из того, что в одном регионе может быть и не один, а несколько КЦС и других ярко выраженных цивилизационных признаков, то тогда правомерна постановка вопроса о создании своеобразной геокультурной матрицы российской цивилизации с показом в ней КЦС по каждому из 85 субъектов Российской Федерации в форме слогана и графического изображения (рисунок, фото, символ) и по отдельным направлениям цивилизационной значимости:

- культура (литература, поэзия, искусство, музыка);
- культурные ландшафты;
- история (правители, события, героика, патриотизм, античность, археология и др.);
- архитектура;
- этнос (народы, традиции, художественные промыслы, фольклор, кухня и др.);
- религия (канонизированные святые, сакральные места, монастыри и др.);

- наука (выдающиеся ученые, научные и технические достижения, сооружения и объекты);
- природные богатства и объекты.

В предлагаемой цивилизационной матрице можно также показать и наиболее опасные источники антропогенной экологической угрозы для цивилизационных ценностей региона (например, алюминиевые заводы в Братске и Красноярске). Формирование геокультурной матрицы России может строиться на основе привлечения высококвалифицированных экспертов по каждому из названных цивилизационно значимых направлений – историков, писателей, этнографов, географов, археологов, искусствоведов и т.д. На первом этапе такая матрица будет двухмерной (85 регионов x 10 цивилизационных направлений), однако в дальнейшем она может приобрести трехмерный вид с добавлением временного показателя для каждого отдельного КЦС и региона. При соответствующем программном обеспечении на электронной версии цивилизационной карты России, составленной с использованием многомерной объемной геокультурной матрицы, появится возможность широкой демонстрации и эффективного продвижения российских цивилизационных ценностей, показывая их разные грани по тому или иному КЦС в региональном разрезе, что в сумме составит многовариантную масштабную и объемную картину совокупности цивилизационных региональных образов как важного предпосылочного компонента процесса брендинга российских регионов и придающее этому процессу необходимую устойчивость.

Таким образом, создаваемая карта будет состоять как бы из двух уровней.

Первый уровень представлен цивилизационным фоном, который будет рассчитан для каждого субъекта Российской Федерации в эквиваленте вводимого нами понятия «условный памятник» или «условный объект наследия», количественно эквивалентный одному точечному объекту, в то время как комплексный, или площадной объект – а это может быть музей-заповедник (в т. ч. как статуйированный культурный ландшафт), ансамбль, достопримечательное место, национальный парк и т. д. - будет иметь больший вес, определяемый в эквиваленте не одним, а несколькими условными объектами. Сколько, в каком случае и каков будет условный цивилизационный вес площадных, т.е. комплексных, объектов еще предстоит определить. Здесь, кстати, не исключена возможность применения такого приема измерения цивилизационного потенциала, как расчет количества времени (количества часов) экскурсионного осмотра того или иного типа объекта, с учетом принятого норматива количества времени, необходимого для экскурсионного осмотра (ознакомления) с одним «условным памятником».

Таким образом на карте будет показан характер размещения условного слоя статуйированной цивилизационной оболочки через систему количественных показателей, которая как раз и позволит привести материальные объекты культурного и природного наследия к единому знаменателю и измерению.

Второй уровень, как бы помещенный на платформе первого уровня, будет отражать конкретные и наиболее ярко выраженные цивилизационные ценности, признаки и объекты территории того или иного субъекта Российской Федерации. Но только те, которые можно реально отобразить на

карте. Это не только знаковые и общепризнанные объекты Всемирного Наследия, музеи-заповедники, исторические города, национальные парки, но и места распространения народных художественных промыслов, наиболее ярко выраженные духовно энергетические зоны сакральной концентрации и другие явления, не носящие системного характера по всей территории страны, но присущие данному региону как например, Русскому Северу или Алтаю.

Сбор материалов, исходных данных осуществляется в форме специальных таблиц, отражающих совокупность количественных показателей по каждому из 85 субъектов РФ, что открывает поле деятельности для математических расчетов по введению эквивалентов и для перевода количественных показателей в условные показатели для дальнейшего соотнесения и сопряжения их с геоэкономическими и демографическими данными по каждой территории, последующим вычислением индексов цивилизационной насыщенности и информативности по каждому из субъектов РФ, их ранжированию для дальнейшей картографической интерпретации.

В дальнейшем, полагаем, при поддержке соответствующим программным обеспечением, разработанный подход, полученные систематизированные данные и разработанная с их использованием картографическая интерпретация степени цивилизационной насыщенности территории Российской Федерации найдет своё применение и продолжение использования при определении геоинформационных параметров отдельных компонентов и групп объектов наследия – археологических, исторических, архитектурных, подводных и других, не только на федеральном уровне, но и на региональном и местном уровнях. Это позволит систематически обновлять и совершенствовать карту, делая её более насыщенной и информативной, способствуя тем процессу усиления цивилизационной идентификации регионов Российской Федерации.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] Указ Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 года № 808 «Об утверждении Основ государственной культурной политики». – URL: <http://mkrf.ru/info/foundations-state-cultural-policy/> (дата обращения 22.04.2017) (дата обращения: 15.03.2018).
- [2] Основы законодательства Российской Федерации о культуре (утв. ВС РФ 09.10.1992 N 3612-1) (ред. от 29.07.2017). – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1870/ (дата обращения: 15.03.2018).
- [3] Федеральный закон от 25.06.2002 N 73-ФЗ (ред. от 08.03.2015) «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации».

- [4] Единый государственный реестр объектов культурного наследия : Портал открытых данных Министерства культуры Российской Федерации. [Электронное издание]. – URL: <https://opendata.mkrf.ru/opendata/> (дата обращения: 15.03.2018).
- [5] Культурный ландшафт как объект наследия / под ред. Ю.А. Веденина, М.Е. Кулешовой. – М.: Институт Наследия; СПб.: Дмитрий Буланин, 2004.
- [6] Национальный Атлас России в 4 т. Т. 4: История. Культура / Мин-во экон. развития РФ, Фед. аг-во геодезии и картографии; отв. ред. Веденин Ю.А. – М.: Роскартография, 2008.
- [7] *Миронов А. С.* Экология культуры и приоритет гуманитарных ценностей как основание культурной политики государства // Стратегия сохранения культуры и культурно-исторического наследия народов Российской Федерации : Проект / Колл. авторов: Бахревский Е.В., Беспалова Т.В., Закунов О.А., Миронов А.С. – М.: Ин-т Наследия, 2016. – С. 129-131.
- [8] *Расторгуев В. Н.* Цивилизационный и идеологический подходы в сфере государственной культурной политики // Стратегия сохранения культуры и культурно-исторического наследия народов Российской Федерации... С. 104-113.
- [9] *Путрик Ю.С., Соловьев А.П., Царьков П.Е.* Культурное и природное наследие как важный фактор патриотического воспитания молодежи в Российской Федерации // Журнал института наследия. [Электронный ресурс]. – 2015. – № 2. – URL: <http://nasledie-journal.ru/ru/journals/3/21.html> (дата обращения: 15.03.2018).
- [10] Стратегия сохранения культуры и культурно-исторического наследия народов Российской Федерации на период до 2030 г. Проект. / Колл. авт.: *Бахревский Е.В., Беспалова Т.В., Закунов О.А., Миронов А.С.* – М. Ин-т Наследия, 2016.
- [11] *Философия истории : Учеб. пособие / Под ред. Панарина А.С.* – М.: Гардарики, 1999.
- [12] *Шульгин П. М.* Историко-культурное наследия как особый ресурс региона и фактор его социально-экономического развития // Мир России. – 2004. – № 2. – С. 115-133.

© Путрик Ю.С., 2018.

Статья поступила в редакцию 10.03.2018 г.

Путрик Юрий Степанович,

доктор исторических наук,

руководитель Центра социокультурных и туристских программ

Российского научно-исследовательского института культурного

и природного наследия им. Д. С. Лихачёва (Москва),

вице-президент Международной Туристской Академии,
e-mail: putrik@list.ru

Putrik Yu.

**To the question on the measurement of civilizational values as a component
for the formation of brands of the wide territories**

Abstract. In modern conditions, the role of branding the territory as an attractive object for tourists, investors and budget subsidies is immeasurably increasing. However, the branding of the vast territories of the constituent entities of the Russian Federation has not yet received sufficient development and is not being used to a sufficient extent to enhance their attractiveness. The systemic nature and sustainability of the process of promoting regions to the tourist and investment markets can be ensured by the more active use of key civilizational symbols and signs that most clearly reflect the characteristics of each region. A specific tool for involving cultural and natural heritage in the process of branding can be a map of the civilizational saturation of Russian regions, compiled using official statistics on material objects of the cultural and historical heritage of the peoples of the Russian Federation.

Key words: branding, cultural landscape, culture, heritage, map, tourism, region, civilization, values.

Putrik Yuri Stepanovich,

D. in History,

Head of the Center for Sociocultural and Tourist Programs,

Russian Scientific Research Institute for Cultural and Natural Heritage

named after D.Likhachev (Moscow),

vice-president of the International Tourist Academy,