

К.А. Балынин

Скансены как этногеографические репрезентанты региональной гастрономической культуры

В статье анализируется возрастающий научный и практический интерес к объектам этнографического наследия. Раскрывается сущность музеев под открытым небом как наиболее значимых элементов этнографических туристских ресурсов. Дается несколько определений музеев под открытым небом. Предпринимаются попытки анализа потенциала таких музеев в позиционировании гастрономической культуры региона. Скансены рассматриваются как своеобразные «точки притяжения» гастрономических туристов и как этногеографические репрезентанты региональной гастрономической культуры.

Ключевые слова: скансен; этногеография; география туризма; гастрономический туризм, гастрономическая культура; региональные продуктовые бренды; экотуризм.

В 80–90-х гг. XX века американским социологом Р. Робертсоном была разработана теория глобализации [1]. Сегодня глобализация скорее является не феноменом, а объективной реальностью. Глобальные процессы затрагивают все большее количество стран мира. Выдающийся испанский философ XX века Хосе Ортега-и-Гассет в своей работе «Восстание масс» анализирует так называемого «массового человека» [1]. Этим термином ученый обозначил человека без индивидуальности, безличного «общего типа». Массовый конформизм, рожденный глобализацией, привел к актуализации национальных проблем [2]. Сегодня наиболее остро встал вопрос о «культурной унификации». Человек акцентирует свое внимание на социально-культурном, социальном и этнографическом наследии. В обществе получили распространение потребности, связанные с этнической и национальной самоидентификацией.

Интерес к этнографическому, социально-культурному и социальному наследию способствовал развитию и распространению в обществе специальных учреждений, ставших хранилищами предметов наследия. Роль таких учреждений выполняют музеи. Классификация музеев достаточно разнообразна. Музеи отличаются друг от друга в зависимости от экспонируемой и хранящейся в них коллекции. Выделяют исторические, художественные, военные, литературные, зоологические, краеведческие и другие виды музеев. Следует отметить, что в разных странах названия музеев различны: галереи, фонды, палаты, пинакотеки [3]. Среди прочих видов музеев особенно выделяются музеи этнографические.

Коллекции этнографических музеев хранят результаты творческой деятельности определенного народа, дошедшие до нас из прошлого. Основными элементами этнографического наследия являются жилища, одежда, утварь, народные музыкальные инструменты, говоры и диалекты, традиционные уклады и типы хозяйствования, обряды и праздники, традиционная кухня [3].

Наибольший интерес для туризма сегодня представляют так называемые музеи под открытым небом. Среди теоретиков и практиков музеологии нет четкого определения музея под открытым небом. В «Российской музейной энциклопедии» такой музей определяется, прежде всего, как музейная группа, основные объекты и экспозиции которой расположены на открытых пространствах. Российский историк В.В. Тихонов в своей работе «Методические рекомендации по формированию и развитию этнографических музеев» определяет несколько групп объектов, попадающих под определение музея под открытым небом. Это археологические, дворцово-парковые, оборонительные, религиозные комплексы, элементы городской или деревенской застройки, места сражений, усадьбы [4]. Комплексы такого рода представляют большой интерес для туристов, так как знакомят с традиционными особенностями культуры определенной этнической, профессиональной или социальной группы.

В мировой музеведческой и экскурсоводческой литературе музей под открытым небом принято называть специальным термином — «скансен». Термин «скансен» (от шведского слова *skans* — укрепление) появился в Швеции в 1891 году, когда шведский этнограф и коллекционер Артур Хазелиус основал на острове Югорден первый в мире музей под открытым небом на основе поместья Скансен. Структура Скансена напоминает этнографическую деревню, в которой туристы могут познакомиться с традиционной архитектурой, бытом, одеждой, фольклором местных жителей [5]. Е.Н. Сапожникова, автор учебника «Страноведение. Теория и методика туристского изучения стран», называет скансен «живым музеем». Роль скансенов в индустрии туризма, сохранении и популяризации этнографического наследия нельзя недооценивать. Скансены способствуют сохранению ценных памятников архитектуры, оказывают содействие в возрождении промыслов и ремесел, показывают в виде абстрактной комплексной модели среду, в которой проживали определенные социальные, профессиональные или этнические группы [6]. А.Б. Пермиловская в своей статье «Особенности формирования экспозиции русских и европейских скансенов» подразделяет музеи под открытым небом на три типа. Первый тип скансенов представляет собой собирательный образ страны, второй тип — собирательный образ конкретной территории, третий тип представляет собой специфичные архитектурные ансамбли и комплексы [7].

Каждый элемент этнографического наследия имеет ярко выраженный с географической точки зрения локальный характер. Это касается традиционных жилищ, одежды, музыкальных инструментов, домашней утвари, традиционной кухни [3]. Организаторы туризма могут использовать данные особенности культуры в качестве этнических маркеров территории, характеризующих

ее своеобразие, идентичность, а также степень привлекательности для туризма. Чем большее количество этнических маркеров существует на данной территории, чем она специфичнее, уникальнее, тем выше степень привлекательности этой территории, народа, культуры для туризма [3]. Особый интерес представляет гастрономическая культура. Этим термином сегодня обозначают особенности приготовления, подачи и потребления пищи, характерные для определенной этнической группы, социальной страты, исторической эпохи. Гастрономическая культура страны или региона зависит от множества факторов. Климатические факторы оказывают определяющее значение на гастрономическую культуру. В регионах с благоприятными климатическими условиями рацион питания представлен, в основном, легкими блюдами — салатами, закусками, свежими овощами и фруктами. Потребность в высококалорийной пище отсутствует [8]. В регионах с недостаточно благоприятным или экстремальным климатом, напротив, существуют потребности в высококалорийной пище. Это обуславливается большими затратами энергии [8]. Климатические особенности регионов породили группу технологических факторов — способов, методов, технологий приготовления пищи. Суровые климатические условия северных регионов способствовали возникновению специально оборудованных приспособлений — печей, каминов [8]. Жители южных регионов использовали открытый огонь, кухня, как правило, находилась вне дома [8].

На формирование гастрономической культуры региона влияют также особенности исторического развития [9]. Испанские конкистадоры во время колонизации стран Южной Америки адаптировали во многих из них свои кулинарные традиции. Таким образом, сформировалась гастрономическая культура, характеризующаяся синтезом кулинарных традиций как местного населения, так и испанских гастрономических традиций. Уровень экономического развития регионов также влияет на формирование гастрономической культуры. Регионы, в структуре ВВП преобладает доля промышленности или сферы услуг, выделяются достаточно развитой инфраструктурой. Отрасли пищевой промышленности, развитые здесь, зачастую определяют специфику питания основного населения. Не последнее место в процессах формирования гастрономической культуры региона занимают и религиозные факторы. Таким образом, каждому определенному региону свойственен уникальный набор факторов, определяющих тип гастрономической культуры. Это феномен гастрономической идентичности региона, которая определяется в первую очередь особенностями существующих в нем гастрономических культур и, следовательно, зависит от природно-климатических, культурно-исторических, социально-экономических и технологических факторов развития территории.

Представляя собой собирательные образы территорий, скансены могут стать перспективными формами популяризации гастрономической культуры всей страны или конкретного региона. Тем более что в шведском Скансене такая практика осуществляется. В «городском квартале» музея, воспроизводящем обстановку конца XVIII века, находится пекарня [5]. Комплекс построек на «летних

пастбищах» включает в себя несколько сыроделен и небольшой молочный завод [5]. Кроме того, в Скансене работает около десяти предприятий общественно-питания, позиционирующих шведскую гастрономическую культуру.

Скансены имеют возможность выполнять функции центров продвижения на туристский рынок гастрономической культуры благодаря наличию специфических объектов показа, выполняющих хозяйственные функции, а также комплексности и тематической направленности всей экспозиции. В структуре практически любого скансена можно встретить пекарню, мельницу, ферму, амбар. Современные реставрационные технологии могут помочь тем музеям, в структуре которых данных объектов нет. Их можно воспроизвести по сохранившимся рисункам, чертежам [7]. Появление таких объектов на территории музея существенно расширит круг предоставляемых им туристских услуг. Вовлечение туристов и экскурсантов в технологические процессы приготовления блюд, напитков сегодня популярно. Посетителям музеев под открытым небом предлагают самим печь хлеб, взбивать сметану, варить пиво, осваивать традиционные рецепты блюд и напитков. Им также может быть предложена дегустация производимой продукции, характеризующей данную территорию или страну. Скансены, находясь в разнообразных природно-климатических условиях, на территориях, имеющих различное историческое прошлое, разнообразный расовый, этнический и конфессиональный состав населения, могут выступать точками притяжения гастрономических туристов, своеобразными центрами популяризации гастрономической культуры региона. Появление у музеев под открытым небом такой своеобразной функции, возможно, будет способствовать преодолению фактора сезонности при посещении их туристами.

Ярким примером, подтверждающим практически круглогодичную популярность скансенов, является Суздальский музей деревянного зодчества и крестьянского быта. Летом музей-заповедник проводит дегустации знаменитых суздальских брендов — медовухи и сбитня — в рамках праздников Суздальского огурца и Ивана-Купалы, осенью здесь проходят фестивали урожая с дегустацией выпечки и домашних заготовок, в конце зимы празднуется Масленица, когда туристы пробуют русские пироги и блины, а также фестиваль Русской печи, весной проводятся чаепития на открытом воздухе [10].

В городе Мышкин Ярославской области работает Мышкинский народный музей. Инфраструктурные компоненты музея представлены амбарами, часовой, ветряной мельницей, домами бакенщика и бобыля. Во время посещения музея туристы знакомятся с бондарным, маслобойным промыслами, дегустируют знаменитые продуктовые бренды Ярославской области — пошехонский сыр, рыбинские расстегаи, ростовский квас [10]. В Республике Чувашия, в Ибресинском этнографическом музее под открытым небом представлена экспозиция по истории бортничества. Посетители музея участвуют в дегустации меда, посещают разнообразные мастер-классы и тренинги, посвященные этому продукту [11].

Поскольку скансены представляют собой собирательные образы конкретных территорий, то в особенностях их организации, несомненно, отражаются и исторические особенности местности, и специфика хозяйственной деятельности региона, и особенности проживающих здесь людей, и традиции, в том числе и гастрономические. Рассматривая скансены в таком контексте, следует отметить, что региональность компонентов скансена выступает в качестве основного фактора, определяющего роль и место музея под открытым небом в структуре иных этнографических ресурсов. Это и формирует предложение на рынке туристских услуг. Туристы стремятся посетить скансен из-за его многофункциональности. Особое значение имеет организация на территории скансенов гастрономических событий — праздников, фестивалей, шоу. Мероприятия такого рода способствуют популяризации продуктов, производимых на территории региона, повышению их узнаваемости на рынке, а также идентификации продуктовых брендов и территорий, на которых они производятся. Связь между скансенами и гастрономической идентичностью территории, на которой они располагаются, может стать эффективным инструментом маркетинга туристской территории. Вовлечение музеев под открытым небом в гастрономические туры позволяет взглянуть под другим углом на типичные экскурсионные маршруты. Ведь экскурсанту, туристу или путешественнику важно попробовать не конкретное блюдо или определенное число блюд. Важно почувствовать своеобразие посещаемой территории, сформировать ее образ.

Литература

1. *Зеленков А.И., Анохина В.В., Ждановский А.П.* Философия. Минск: Электронная книга БГУ, 2003. 334 с.
2. *Гачев Г.Д.* Космо-Психо-Логос: Национальные образы мира. М.: Академический проект, 2007. 511 с.
3. *Сапожникова Е.Н.* Страноведение. Теория и методика туристского изучения стран. М.: Академия, 2005. 240 с.
4. *Тихонов В.В.* Практика создания зарубежных и российских этнографических музеев под открытым небом // Вестник ЗабГУ. 2012. № 9 (88). С. 3–8.
5. Скансен // Скансен. Русская версия. URL: www.skansen.se/de/kategori/russian (дата обращения: 26.11.2015).
6. *Гнедовский Б.В.* Методические рекомендации для подготовки предпроектной документации и проектирования музеев под открытым небом: История создания и общая методика. М.: Ликбез, 1981. 18 с.
7. *Пермиловская А.Б.* Особенности формирования экспозиции русских и европейских скансенов // Грамота. 2014. № 5. С. 22–28.
8. *Субботина Е.В.* Организация питания туристов. М.: МИИР, 2008. 211 с.
9. *Липинская В.А.* Адаптивно-адаптационные вопросы в народной культуре питания русских // Традиционная пища как выражение этнического самосознания. М.: Наука, 2001. С. 134–138.
10. Гастрономические туры России // Гастрономия и путешествия. URL: <http://www.simpletravel.ru/programmy/rossiya> (дата обращения: 20.11.2015).

11. Гастрономия — взгляд в будущее // Туризм в России. Интернет-журнал об отдыхе и путешествиях по России URL: <http://www.rostur.ru> (дата обращения: 22.11.2015).

Literatura

1. *Zelenkov A.I., Anoxina V.V., Zhdanovskij A.P.* Filosofiya. Minsk: E'lektronnaya kniga BGU, 2003. 334 s.

2. *Gachev G.D.* Kosmo-Psixo-Logos: Nacional'ny'e obrazy' mira. M.: Akademicheskij proekt, 2007. 511 s.

3. *Sapozhnikova E.N.* Stranovedenie. Teoriya i metodika turistskogo izucheniya stran. M.: Akademiya, 2005. 240 s.

4. *Tixonov V.V.* Praktika sozdaniya zarubezhny'x i rossijskix e'tnograficheskix muzeev pod otkry'ty'm neбом // Vestnik ZabGU. 2012. № 9 (88). S. 3–8.

5. Skansen // Skansen. Russkaya versiya. URL: www.skansen.se/de/kategori/russian (data obrashheniya: 26.11.2015).

6. *Gnedovskij B.V.* Metodicheskie rekomendacii dlya podgotovki predproektnoj dokumentacii i proektirovaniya muzeev pod otkry'ty'm neбом: Istoriya sozdaniya i obshhaya metodika. M.: Likbez, 1981. 18 s.

7. *Permilovskaya A.B.* Osobennosti formirovaniya e'kspozicii russkix i evropejskix skansenov // Gramota. 2014. № 5. S. 22–28.

8. *Subbotina E.V.* Organizaciya pitaniya turistov. M.: MIIR, 2008. 211 s.

9. *Lipinskaya V.A.* Adaptivno-adaptacionny'e voprosy' v narodnoj kul'ture pitaniya russkix // Tradicionnaya pishha kak vy'razhenie e'tnicheskogo samosoznaniya. M.: Nauka, 2001. S. 134–138.

10. Gastronomicheskie tury' Rossii // Gastronomiya i puteshestviya. URL: <http://www.simpletravel.ru/programmy/rossiya> (data obrashheniya: 20.11.2015).

11. Gastronomiya — vzglyad v budushhee // Turizm v Rossii. Internet-zhurnal ob otdy'xe i puteshestviyax po Rossii URL: <http://www.rostur.ru> (data obrashheniya: 22.11.2015).

K.A. Balynin

Skansens as Ethnogeographical Representants of Regional Gastronomic Cultere

The article analyzes the increasing scientific and practical interest to the objects of ethnographic heritage. The essence of open-air museums as the most important elements of ethnographic tourism resources is revealed. We give several definitions of open-air museums. Some attempts are made to analyze the potential of such museums in the positioning of the gastronomic culture of the region. Skansens are considered as a kind of “points of attraction” of gastronomic tourists and as ethnogeographical representants of regional gastronomic culture.

Keywords: skansen; ethnogeography; geography of tourism; gastronomic tourism; food culture; regional food brands.