



УДК 911.3:338.48

DOI 10.52575/2712-7443-2022-46-4-488-501

## Рекреационный потенциал как фактор формирования туристского образа территории: особенности Брянской области

Куница М.Н.

Брянский государственный университет им. И.Г. Петровского,  
Россия, 241036, г. Брянск, ул. Бежицкая, 14  
E-mail: geodem@mail.ru

**Аннотация.** В процессе реализации государственной политики стимулирования внутреннего туризма усиливается роль положительного туристского имиджа субъектов страны, на развитие которого воздействуют гетерогенные факторы. Несмотря на активизацию изучения этой проблематики, ее региональному аспекту уделяется еще недостаточное внимание. Цель данной работы – комплексный анализ рекреационного потенциала как основы становления туристского образа модельной Брянской области Центральной России. Применены системный, территориальный, поведенческий научные подходы исследования. Выделены главные особенности структуризации туристского образа субъекта согласно когнитивной модели пространственных представлений. Раскрыты характерные черты природного, культурно-исторического и социально-экономического потенциалов территории, влияющих на его базовый географический «слой». Рассмотрена специфика других «слоев» и значение ресурсов в их развитии для углубления представления об области. Выявлены особенности региональной идентичности в туристском образе через восприятие его населением. Отражены ведущие проблемы и направления формирования позитивного имиджа как важного элемента реализации туристской политики.

**Ключевые слова:** туризм, туристский образ, рекреационный потенциал, природный потенциал, культурно-исторический потенциал, инфраструктура, аттрактор, регион

**Для цитирования:** Куница М.Н. 2022. Рекреационный потенциал как фактор формирования туристского образа территории: особенности Брянской области. Региональные геосистемы, 46(4): 488–501. DOI: 10.52575/2712-7443-2022-46-4-488-501

---

## Recreational Potential as a Factor of Formation Tourist Image of the Territory: Features of Bryansk Region

Marina N. Kunitsa

Bryansk State Academician I.G. Petrovski University,  
14 Bezhitskaya St, Bryansk 241036, Russia  
E-mail: geodem@mail.ru

**Abstract.** The role of a positive tourist image of the country's subjects in the process of implementing the state policy of stimulating domestic tourism is increasing. Its development is influenced by heterogeneous factors. Despite the intensification of the study of this problem, insufficient attention is still paid to its regional aspect. The purpose of this work is a complex analysis of the recreational potential as the basic foundation for the formation of the tourist image of the modeling Bryansk region of Central Russia. Systemic, territorial, behavioral scientific approaches of research are applied. The main peculiarities of the structuring of the tourist image of the subject according to the cognitive model of spatial representations are highlighted. The characteristic features of the natural, cultural and historical, social and economic potentials of the territory affecting its basic geographical «layer» are revealed. The article considers the specificity of other «layers» and the importance of resources in their development for deepening the presentation of the region. The features of the regional identity in the tourist image through the perception

of it by the population are defined. The leading problems and directions of forming a positive image as an important element in the implementation of tourism policy are reflected.

**Key words:** tourism, tourist image, recreational potential, natural potential, cultural and historical potential, infrastructure, attractor, region

**For citation:** Kunitsa M.N. 2022. Recreational Potential as a Factor of Formation Tourist Image of the Territory: Features of Bryansk Region. *Regional Geosystems*, 46(4): 488–501 (in Russian). DOI: 10.52575/2712-7443-2022-46-4-488-501

## Введение

В современный период реализации государственной политики стимулирования внутреннего туризма в социально-экономическом развитии регионов усиливается значение данной сферы. Важным направлением этого процесса является становление и позиционирование туристского образа территории. Отражая особенности рекреационного потенциала дестинации, ее уникальные черты и одновременно – наиболее устойчивые представления о ней, он ориентирован на интенсификацию спроса, продвижения разработанного туристского продукта на рынки разных уровней. Особую роль в повышении эффективности туристской деятельности играет целенаправленно формируемый положительный образ – имидж.

Данное понятие – многоаспектно. Исследования туристских образов и брендинга регионов в контексте различных подходов проводили зарубежные (J.D. Hunt, F. Lawson, M. Baud-Bovy, E.J. Mayo, C.M. Echtner, J.B. Ritchie, P.C. Fakeye, J.L. Crompton, A. Beerli, J.D. Martin, W.C. Garther, S. Hosany, E. Marine-Roig, S.A. Clave и др.) и отечественные специалисты. Изучение туристского образа территории в настоящее время в России активизируется и осуществляется в рамках разных систем наук. Данная тематика представлена, в частности, в географических работах (Д.Н. Замятина, Н.Ю. Замятиной, Ф.Ю. Кайзера, О.А. Климановой, Г.Е. Мекуш, Е.В. Никаноровой, М.В. Гудковских, С.А. Гурова, В.А. Корцыгина, А.С. Стегниенко, Т.А. Ткачевой, В.В. Чихичина и др.), трудах по маркетингу туризма (В.С. Блаженковой, И.С. Важениной, Д.В. Визгалова, Е.А. Джанджугазовой, Е.В. Жертовской, А.Б. Жеруковой, А.П. Панкрухина, А.Э. Саак и др.). Выделяют несколько ведущих направлений исследований: особенностей восприятия территории разными сегментами туристов; источников становления и технологий продвижения имиджа; туристских образов дестинаций, предпосылок и атрибутов их формирования [Кайзер, Мекуш, 2020].

Важна роль изучения основы становления образа – рекреационного потенциала, который рассматривается в публикациях с различных теоретических и методических позиций. Выявлению специфики Брянской области Центральной России уделено еще недостаточное внимание, хотя проблематика актуальна в научном и практическом аспекте менеджмента туризма. Только некоторые работы являются тематическими [Куница и др., 2015; Куница, 2017]. В этой статье отражены результаты комплексного анализа рекреационного потенциала как фактора формирования и структуризации туристского образа территории Брянщины в контекстах когнитивной модели пространственных представлений, стадийности его развития и территориальных особенностей.

## Объекты и методы исследования

Для реализации целей работы был проведен рекреационно-географический анализ. Объектом исследования являлся рекреационный потенциал как фактор формирования туристского образа территории Брянской области Центральной России. Типы информационных источников – интернет-ресурсы, литературные, фондовые открытого доступа, статистические, картографические. Ведущие научные подходы – системный, территориальный, поведенческий. В качестве основных применены методы анализа и синтеза, сравнительно-географический, социологический (опрос), картографирования.



Анализ включал несколько этапов. Первый – создание банка тематической информации о ресурсном потенциале (природном, культурно-историческом, социально-экономическом) модельной Брянской области как факторе формирования ее туристского образа. Второй – проведение анализа материалов разных сегментов информационных ресурсов поисковых систем Интернет (Yandex, Google) с ранжированием и географической генерализацией туристских представлений и объектов показа субъекта по их востребованности, структуре и стадийности развития. Третий – выявление особенностей рекреационного потенциала основного «слоя» – туристского «географического» образа области, его ядер, визуальных и ментальных символов. Четвертый – определение роли рекреационных ресурсов в становлении остальных «слоев» образа. Пятый – проведение опроса репрезентативных сегментов населения региона для выяснения их восприятия и предпочтений по теме «Туристский образ Брянской области». Шестой – выделение ведущих проблем, тенденций формирования позитивного имиджа в аспекте реализации туристской политики.

### Результаты и их обсуждение

*Туристский образ региона* – многогранное понятие. Его научные интерпретации различны несмотря на базовую субъект-объектную основу. В зарубежных источниках он рассматривается в основном как: выражение всего объективного знания, предрассудков, воображения и эмоциональной мысли индивида или группы о конкретной территории [Lawson, Vaud-Vouy, 1977]; сумма убеждений, идей и впечатлений, которые ассоциируются у людей с дестинацией [Fakeye, Crompton, 1991; Beerli, Martin, 2004].

По определению Ф.Ю. Кайзера [2021] туристский образ региона – это представление человека о дестинации, основанное на его чувствах и эмоциях и первичных знаниях до и во время посещения территории, а также общего восприятия дестинации после ее посещения с последующей трансляцией этого восприятия. Среди разных точек зрения можно выделить трактовку туристского образа как системы «рационально и эмоционально сформированных представлений, в основе которой лежат специфические особенности территории, подчеркивающие ее индивидуальность с точки зрения массового туриста» [Климанова, Тельнова, 2008]. Отмечается его специфика в качестве визитной карточки территории, связь и отличие от географического образа, черты наглядности, узнаваемости, уникальности, широкого тиражирования на туристский рынок [Климанова, Шабалина, 2015]. Под целенаправленно создаваемым образом – имиджем – ряд ученых понимает целый комплекс ассоциативных представлений, соотносимый индивидом с регионом [Джанджугазова, Лапочкина, 2007].

Интерпретация структуры туристского образа неоднозначна. Некоторые авторы выделяют: элементы-представления о территории (ее местоположении, природных богатствах, истории, населении и культуре, экономике) [Чихичин, 2008]; элементы (природно-экологические и культурно-исторические рекреационные ресурсы, инфраструктуру, эмоциональные представления людей о территории) [Никанорова, 2009]; составляющие (географическую, социально-экономическую, историческую, этническую, культурную, психологическую, атрибутивную) [Кайзер, 2021].

Структуризация туристского образа в данной работе проведена в контексте когнитивной модели пространственных представлений. Его образуют 4 основные слоя-страты: «географических образов» – «локально-мифологический» – «региональной идентичности» – «культурных ландшафтов» как образа пространства локальных сообществ [Замятин, 2003].

Туристский образ выделяется динамичностью. Процесс его развития включает следующие этапы: зарождения на начальной стадии туристского освоения территории; целенаправленного формирования на стадии продвижения региона; фиксации в сознании на пике популярности на стадии зрелого развития дестинации; угасания при снижении ее популярности [Никанорова, 2009]. При реализации политики ребрендинга территории начинается новый цикл становления ее туристского образа.

Его развитие происходит под влиянием комплекса внешних и внутренних факторов. Особую роль играют следующие группы. Первая – экономико-географическое положение, а также рекреационный потенциал территории. Он рассматривается как совокупность природных, культурно-исторических и социально-экономических предпосылок для организации рекреационной деятельности на определенной территории [Николаенко, 2003]. Эти факторы образуют основу представления о регионе. Вторая группа – исторически сложившийся географический образ территории. Третья группа – интернет-ресурсы, которые становятся одним из ведущих каналов возникновения интереса к дестинации, становления и позиционирования образа в туристской среде. Четвертая группа – системы менеджмента и маркетинга, формирующие и продвигающие имидж на туристский рынок. Он отождествляется со сложившимися мнениями о возможностях использования рекреационного потенциала производителями и потребителями туристских услуг. Производители оценивают его конкурентные преимущества, потребители – потенциальную привлекательность (неповторимость, выразительность, узнаваемость, известность, информативность, динамизм и др.). Во время тура у путешественника происходит наложение возникшего ранее и получаемого представлений, что часто влияет на изменение образа. Пятая группа – субъективные факторы индивидуального восприятия, в значительной степени определяющие неосознаваемый образ. Сложное воздействие групп факторов обуславливает закрепление или трансформацию первичного образа.

**Рекреационный потенциал как фактор формирования туристского образа Брянской области.** Это – староосвоенный, длительно приграничный регион с довольно контрастным природным, гетерогенными культурным и социально-экономическим потенциалами, влияющими на структуру его рекреационных ресурсов и многослойность образов. Они, как своеобразные коды, несут определенную информацию о территории. В ее пределах, в зависимости от стадии развития туристской деятельности, формируется комплекс образов. Он включает центральный, концентрирующий природные, социально-экономические, политические, культурные особенности региона, а также вторичные и поддерживающие с их знаковыми местами [Замятин, 2003]. Они раскрываются через систему символов, в разной степени отражающих специфику района.

Влияние рекреационного потенциала на формирование туристского образа дестинации многоаспектно. Алгоритм данного процесса: потенциал → его эталонные и уникальные комплексы и объекты → включенные в туристскую деятельность комплексы и объекты → знаковые места (ядра, фокусы, локусы и др.) как географические «концентраторы» информации об их особенностях → их визуальные, ментальные и духовные символы → индивидуальные и групповые ассоциации → индивидуальные и групповые представления → комплекс туристских образов.

Наиболее активно воздействие рекреационного потенциала проявляется при формировании первого «слоя» пространственных представлений – туристского «географического образа».

Приграничная Брянская область Центральной России – регион Южного Нечерноземья. Своеобразие ее природного потенциала во многом определяется равнинным характером территории, умеренно-континентальным климатом, хорошей водной обеспеченностью, контрастным сочетанием хвойных, смешанно-, широколиственно-лесных и лесостепных комплексов. Традиционно регион ассоциировался с Лесным краем, что, в частности, отражено в многочисленных топонимах (Дебрянск, Белая Березка, Липовка и др.). Лесами и сейчас покрыто более трети территории.

Уникальные природные комплексы – естественная основа формирования туристского образа «Брянский лес». В ландшафтно-рекреационном районировании области представлены два округа – доминирующий Брянский хвойно-широколиственный и Брянский лесостепной, которые подразделяются на 5 групп и 29 районов [Природные ресурсы..., 2007]. Сохранившийся лесной потенциал сконцентрирован в первом округе, двух группах его районов: аллювиально-зандровых равнин (Деснянский), полесий и предполесий (Ветьма-Деснянский, Карачево-Навлинский, Надвинско-Ипутский и др.). Наиболее крупные массивы леса расположены на левобережье р. Десны, значительные – на западе области, в бассейне Ипути, есть ареалы по



левого берега р. Судости. Эталонные природные комплексы – 130 особо охраняемых природных территорий (ООПТ) [Информационно-аналитическая система ..., 2022]. Преобладают памятники природы (85 %) при намного меньшей доле заказников (9 %), дендрологических парков и ботанических садов (5 %), заповедников (1 %). Доминируют объекты регионального ранга. Большинство из них отражают специфику равнинных хвойных, смешанно-, широколиственно-лесных ландшафтов, однако только часть выступает важными маркерами туристского образа (см. рисунок).

Ядром образа (знаковым местом первого порядка – максимально репрезентативным и информативным) является ООПТ федерального уровня – Государственный биосферный заповедник «Брянский лес» как основа биосферного резервата «Неруссо-Деснянское Полесье» [Заповедник «Брянский лес», 2022]. Этот паспортизированный, активно продвигаемый в интернет-среде объект, несмотря на законодательные ограничения посещения, наиболее аттрактивен для путешественников. Знаковые места второго порядка (фокусы – концентраторы свойств и информации) – Государственный природный заказник «Клетнянский», паспортизированные туристские объекты «Подивотское Полесье» на платформе охотничьего хозяйства и интегрального туристско-рекреационного комплекса в форме народного парка имени Е.Ф. Зябловского», «Дорога в Брянский лес» на платформе Музея территорий природного и историко-культурного наследия Брянского лесного массива и его ближнего окружения», «Ревнинско-Навлинское Полесье» на платформе Музея партизанской славы в Навле, «Трубчевское Подесенье» на платформе МБУК «Трубчевский музей и планетарий», «Кордон Романовых» на платформе «СКБ «Кукуевка» [Межрегиональный туристский проект..., 2020], также представленные в сетевом пространстве. Менее аттрактивны еще 13 ООПТ (комплексный заказник «Деснянско-Жеренский», лесной заказник имени Г.Ф. Морозова, памятники природы «Озеро Круглое и партизанский лес» и др.). Локусы образа – некоторые ООПТ городов, в частности, лесопарковая зона Соловьи, дендрологический парк и ботанический сад имени Б.В. Гроздова в Брянске.

Туристский образ «Брянский лес» – формирующийся, является вторичным с выраженной природно-географической локализацией. На его становление «работают» маршруты, число которых увеличивается. Этому будет содействовать и реализация регионального туристско-рекреационного профиля «Путешествие по территориям природного и историко-культурного наследия Брянского лесного массива и его ближнего окружения», включающего 10 участков Подесеня, междуречных и полесских территорий [Межрегиональный туристский проект..., 2020]. Для усиления данного образа необходимы сохранение ландшафтов знаковых мест, активизация туристской паспортизации наиболее репрезентативных объектов и их информационного позиционирования, улучшение туристской, особенно транспортной инфраструктуры. Создание и продвижение его как бренда – одна из задач развития туризма в субъекте [Стратегия социально-экономического ..., 2022].

Центральный туристский образ Брянской области – «Край партизанской и воинской славы». Он достаточно четко фиксируется в сознании местных жителей, потенциальных, виртуально и реально посетивших регион путешественников. Этому способствуют сложная история развития длительно приграничной Брянщины, проведение государственной и региональной военно-патриотической политики, сложившийся менталитет населения, активизация продвижения в туристском пространстве знаковых мест, отражающих героизм и трагедию военного времени. Базовый потенциал образа – события Великой Отечественной войны, их визуальные и ментальные символы. Активные боевые действия в регионе велись Красной Армией, сдерживающей в 1941 году наступление фашистов на Москву, освобождающей его в 1943 году. Территория Лесной Брянщины стала крупным партизанским краем, где с врагами сражались более 60 тыс. бойцов [Дандыкин, 2000]. В субъекте память об этом периоде отражает 941 объект культурного наследия, часть из которых размещена в ООПТ [Перечень объектов..., 2022]. История таким образом определила выраженную связь двух образов области – «Брянского леса» и «Края партизанской и воинской славы».

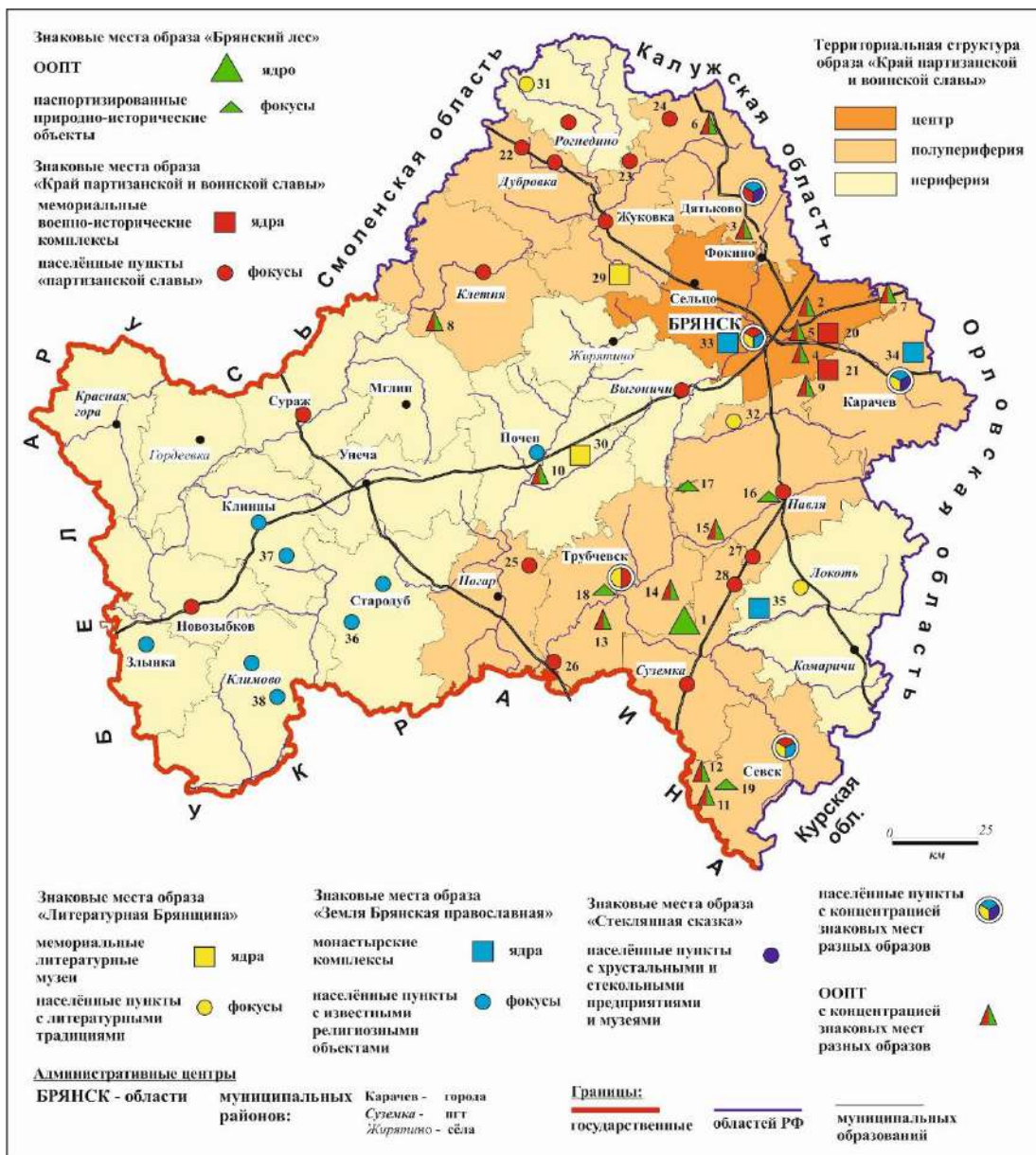


Рис. Территориальная структура основных знаковых мест рекреационного потенциала туристских образов Брянской области

Fig. The territorial structure of the main iconic places of recreational potential of tourist images of the Bryansk region

Особо охраняемые природные территории с природными объектами: 1 – заповедник «Брянский лес»; особо охраняемые природные территории с природными и военно-историческими объектами: 2 – Медвежьи печи, 3 – Озеро Круглое и партизанский лес, 4 – Памятный лес, 5 – Лесной заказник имени Г.Ф. Морозова, 6 – Партизанские топи, 7 – Ресета, 8 – заказник «Клетнянский» с Клетнянским партизанским лесом, 9 – Берёзовка, 10 – Мемориальный лес, 11 – Хинельский лес, 12 – Подывотские дубравы, 13 – Деснянско-Жеренский, 14 – Трубчевский партизанский лес, 15 – Партизанский дуб; паспортизированные природно-исторические объекты: 16 – Ревнинско-Навлинское полесье, 17 – Кордон Романовых, 18 – Трубчевское Подесенье, 19 – Подивотское полесье

Мемориальные военно-исторические комплексы: 20 – МК «Партизанская поляна», 21 – МК «Хапунь»; населенные пункты «партизанской славы»: 22 – Сеца, 23 – Матреновка, 24 – Бытошь, 25 – Карбовка, 26 – Белая Березка, 27 – Алтухово, 28 – Кокоревка

Мемориальные литературные музеи: 29 – музей-заповедник Ф.И. Тютчева, 30 – музей А.К. Толстого; населенные пункты с литературными традициями: 31 – Тюнино, 32 – Ревны

Монастырские комплексы: 33 – Свенский Успенский мужской монастырь, 34 – Николо-Одрин женский монастырь, 35 – Площанская Казанская мужская пустынь; населенные пункты с известными религиозными объектами: 36 – Елионка, 37 – Великая Топаль, 38 – Новый Ропск



Его структура обусловлена ресурсными возможностями и спецификой развития военно-патриотического туризма. Гетерогенный комплекс основных знаковых мест включает населенные пункты, мемориальные, культурно-исторические и природные объекты (см. рис.).

Ядрами образа «Край партизанской и воинской славы» являются паспортизированные туристские объекты, включенные в маршруты и активно продвигаемые в информационном пространстве. Это – крупнейший в стране тематический «Мемориальный комплекс «Партизанская поляна», уникальный для России Мемориальный комплекс «Хацунь», представляющий трагедию жителей одной деревни как символ уничтоженных фашистами поселений. Они востребованы туристами. Однако для стимулирования посещения и, следовательно, закрепления образа необходимо улучшение их транспортной доступности. Присвоение Брянску почетного звания Российской Федерации «Город воинской славы» усилило его роль как ядра образа с культурно-историческими символами – площадью Партизан, Курганом Бессмертия), многими памятниками-локусами, среди которых выделяются монументы представителям воинских «профессий» (артиллеристам, военным журналистам, воинам-водителям, летчикам, медикам, танкистам и др.) [Куница, 2017].

Знаковые места других порядков разнотипны. Уникальный тип – населенные пункты Брянской области, которые удостоены почетного звания «партизанская слава». В настоящее время в субъекте насчитывается 35 поселений данной категории (6 городов, 13 поселков, 8 сел, 8 деревень) [Интернет-проект..., 2022]. Часть их является центрами туристских маршрутов, представлена в сетевом пространстве и поддерживает образ «Край партизанской и воинской славы», остальные формируют потенциал развития военно-патриотического туризма и закрепления имиджа. Знаковые места второго порядка – город Дятьково как центр северного партизанского края на Брянщине, поселки Навля с музеем партизанской славы и Сеща с музеем интернационального подполья, некропольные мемориальные комплексы Карбовка и Матреновка, потенциальные фокусы – еще 14 населенных пунктов. К знаковым местам третьего порядка с локусами – памятниками и музеями относится менее половины поселений этой категории.

Особый тип – ООПТ с культурно-историческим наследием военного периода. Мемориальный статус придан местам базирования и интенсивных боевых действий Красной Армии и партизанских отрядов, захоронениям жертв фашизма в пределах 14 особо охраняемых природных территорий области. Активность их использования как объектов показа, обусловленная правовым статусом, аттрактивностью и транспортной доступностью, влияет на «статус» в туристском образе. Выделяют три профиля включения культурных ландшафтов в туризм: «партизанское движение» (57 % ООПТ), «мемориальный» (29 %) и «воинская слава» (14 %) [Куница, Гаврютина, 2022]. Знаковые места второго порядка центрального образа – Мемориальный комплекс федерального значения «Базовая стоянка партизанского отряда А.И. Виноградова» (ООПТ «Озеро Круглое и партизанский лес») и микротуристский кластер «Вокруг партизанского дуба», третьего – остальные 12 ООПТ. Важно стимулирование их информационного сопровождения.

Для усиления в развитии данного образа роли еще одного типа – локусов-музеев – также необходима активизация их представления в интернет-сети. В регионе функционирует 20 музеев, посвященных периоду Великой Отечественной войны [Культура.рф, 2022]. Большое значение имеет Брянский государственный краеведческий музей с 13 филиалами в 11 муниципальных районах области. Школьные музеи «работают» на закрепление патриотического образа у молодого поколения. Важный тип – многочисленные объекты культурного наследия Великой Отечественной войны (мемориалы, памятники, захоронения и др.) в поселениях и лесных массивах. Однако только часть из них включена в туризм в качестве локусов, а для вовлечения новых необходима их реконструкция и улучшение транспортной доступности.

Продвижению имиджа способствуют событийные мероприятия, посвященные воинской славе России, ее Брянской области (международный фестиваль «Партизанскими тропами



Брянщины», День партизан и подпольщиков, День освобождения Брянска от немецко-фашистских захватчиков, День памяти и скорби в деревне Хацуни и др.), реализация многих маршрутов (межрегионального «Цена победы: война на западном направлении», «По следам одной из крупнейших партизанских диверсий Великой Отечественной войны – взрыва Синего (Голубого) моста 7–8 марта 1943 года», «Партизанскими тропами Брянщины», «Интернациональное подполье и авиация», военно-исторических Центра детского и юношеского туризма и экскурсий и др.) [Департамент культуры..., 2022; Официальный туристический..., 2022]. Закрепление образа на региональном и местном уровнях стимулирует не только организованный, но и активизирующийся самодеятельный туризм. Духовный символ региона – песня на слова А.В. Софронова и музыку С.А. Каца «Шумел сурово брянский лес...», ставшая гимном области. Выражена пространственная дифференциация образа «Край партизанской и воинской славы»: его ядро – «концентратор» наиболее важных, устойчивых, аттрактивных знаковых мест и символов, полупериферия с важными знаковыми местами и символами, периферия с потенциально значимыми знаковыми местами и символами (см. рис.).

Многогранно творческое наследие территории. Согласно одному из вариантов географического районирования Европейской России Брянская область и еще 6 субъектов средней полосы выделены в особый Литературный край [Зырянов, 2021]. С регионом связаны жизненные этапы выдающихся писателей и поэтов – Ф.И. Тютчева, А.К. Толстого, А.А. Перовского, П.Л. Проскурина, а также его знаменитых уроженцев, в частности, И.В. Абрамова, Н.М. Грибачева, Н.И. Рыленкова. Здесь бывали И.С. Тургенев, Л.Н. Толстой, А.А. Фет, Д.Л. Андреев, К.Г. Паустовский и другие талантливые личности. Плеяда брянских литераторов (В.Д. Динабургский, А.Г. Мехедов, В.Е. Сорочкин, В.К. Соколов, Я.Д. Соколов и др.) создала запоминающиеся художественные образы этой земли.

Богатое литературное наследие – фактор формирования туристского образа «Литературная Брянщина». Его ядра – российские и областные аттракторы, информационно «продвинутые» паспортизированные туристские объекты – «Государственный мемориальный историко-литературный музей-заповедник Ф.И. Тютчева «Овстуг» и Литературно-мемориальный музей А.К. Толстого в с. Красный Рог. В структуру культурных ландшафтов этих усадебных комплексов включены: в с. Овстуг – Дом-музей Ф.И. Тютчева с парком, художественно-краеведческий музей, школа М.Ф. Бирилевой, церковь Успения Пресвятой Богородицы и иные объекты, в с. Красный Рог – дом с экспозицией единственного в России музея А.К. Толстого, мемориальный флигель, парк со старинными аллеями. Различные экскурсионные маршруты усиливают роль данных ядер. Знаковыми местами второго порядка можно назвать Трубчевск с его литературными традициями и населенные пункты с важными событийными мероприятиями.

Для формирования туристского образа важны тематические праздники и фестивали как духовные символы. Самые известные – всероссийские праздники поэзии, посвященные творчеству Ф.И. Тютчева («Родник поэзии твоей...») и А.К. Толстого («Серебряная лира»), межрегиональные – праздник славянской письменности и культуры («На земле Бояна» в г. Трубчевске), фестивали «Деснянский хоровод», «Севская частушка». Региональные представлены, в частности, литературным фестивалем «Мехедовские чтения» в г. Карачеве, праздником поэзии им. Н.И. Рыленкова в с. Тюнино, литературным праздником «Липовый цвет» в с. Ревны, посвященным К.Г. Паустовскому, фестивалем «Под сенью Брасовских аллей», проектом «Литературное рандеву» [Брянская областная общественная..., 2022; Департамент культуры..., 2022]. Становлению образа способствуют межрегиональные культурно-познавательный проект «Русские усадьбы» и маршрут «Бриллиантовая россыпь имен», региональные туры «Литературное наследие Брянского края», «Продлись, продлись очарованье...», «Овстуг – жемчужина Брянской области», «На родину Бояна» и другие [Департамент культуры..., 2022; Межрегиональный туристский проект ..., 2022].

Туристский образ «Литературная Брянщина» является формирующимся, вторичным и пока базируется на небольшом количестве знаковых мест (см. рис.). Недостаточное число аттракторов, ограниченность информационного позиционирования довольно многочисленных





событийных мероприятий лимитируют его ментальное закрепление у местного населения и туристов. Выраженный позитивный фактор – активизация современной литературной жизни Брянщины. Многовековая история православной культуры, сакральное наследие, функционирование значимых и посещаемых религиозных комплексов на территории области способствуют зарождению туристского образа «Земля Брянская православная». С регионом связаны жизнь и деяния таких русских святых, как Роман, Олег и Поликарп Брянские, Александр Пересвет, Лев Оптинский, Тихон Карачевский, Василий Площанский и других подвижников [Брянская епархия..., 2022]. В субъекте расположено 162 культовых памятника федерального и преобладающего регионального уровней [Брянская епархия..., 2022; Брянский областной центр..., 2022]. Однако именно федеральные объекты являются базовыми в развитии религиозного туризма (см. рис.).

Ядрами православного туристского каркаса и образа выступают монастыри, храмы и церкви, представленные в информационном пространстве, входящие в маршруты. Концентрацией аттракторов отличается Брянск (Петро-Павловский епархиальный женский монастырь, Горно-Никольский мужской монастырь, кафедральный собор во имя Святой Троицы, Покровский собор, Церкви Воскресения Христова, Тихвинская и др.). В его пригороде находится один из древнейших центров русской духовности, уникальный памятник архитектуры – Свенский Успенский мужской монастырь, основанный в XIII веке и прошедший сложный исторический путь [Свод памятников..., 1998]. Его имиджевая роль усиливается паломничеством и возобновлением Свенской ярмарки. Важные ядра – Площанская Казанская мужская пустынь, Николо-Одрин женский монастырь. Фокусами являются города со сосредоточением православных объектов – Карачев, Севск, с необычными достопримечательностями – Дятьково с Храмом в честь иконы Божьей Матери Неопалимая Купина с хрустальным иконостасом, Почеп, Стародуб. Важны центры с чудотворными иконами.

Особенность Брянского края – развитие старообрядчества с начала XVIII века (в основном на юго-западе). Сохранилось 17 старообрядческих храмов, 11 из которых действующие [Храмы России, 2022]. Знаковые места-фокусы с церквями – города Злынка, Клинцы, Новозыбков, поселок Климово, село Елионка Стародубского района, однако их туристскую востребованность лимитирует еще не полностью преодоленный «чернобыльский» имидж данного региона и неактивное информационное продвижение объектов.

Для православного образа важны событийные мероприятия. Наиболее значимы областные фестивали искусств и народного творчества «Рождественские встречи» и «Светлая седмица», фестиваль «Мудрость православия – в традициях славянских». Многочисленны церковные праздники, выставки, концерты. Укрепление зарождающегося туристского образа «Земля Брянская православная» базируется на политике Русской Православной Церкви по стимулированию паломничества, повышению познавательного интереса населения к религиозным знаковым местам, развитию инфраструктуры, достаточно высоком уровне информационной презентации церковных объектов-символов.

Сложились предпосылки зарождения регионального туристского образа «Стеклянная сказка». Процесс локализован в пределах Брянского туристско-рекреационного района (см. рис.). Главным ядром, востребованным, хорошо представленным в сети Интернет, является развивающийся туристский кластер «Хрустальный город» в Дятьково, основные элементы которого – Дятьковский хрустальный завод, Музей дятьковского хрусталя, храм «Неопалимая Купина», Поклонный хрустальный крест, торгово-досуговый комплекс [Муниципальное образование..., 2022]. Второе ядро – Карачевская фабрика елочных игрушек с менее выраженной ролью вследствие сезонности работы и недостаточного продвижения в информационном пространстве. Для становления этого поддерживающего образа значимы активизация его позиционирования в туристской среде, расширение тематических маршрутов для населения области и соседних субъектов.

Важный фактор формирования туристских образов – социально-экономический. Особенности демографической структуры населения, сети расселения, качества жизни,

культурной среды, менталитета влияют на диапазон рекреационных предпочтений жителей и становление имиджа. Область в целом характеризуется среднеразвитой туристской инфраструктурой. Индустрия размещения ориентирована на удовлетворение потребностей разных категорий путешественников. Система питания со значительным видовым разнообразием способна удовлетворить потребности туристов. Учреждения досуга, за исключением музеев, не нацелены на приезжих. Характерна территориальная дифференциация инфраструктуры. В Брянске сконцентрирована почти половина ее предприятий, вторая в основном сосредоточена в его пригородной зоне и в центрах административных образований. Наиболее проблемная ситуация сложилась на периферии.

Второй «слой» туристского образа – локально-мифологический. Он реализуется через формирование образно-географических «цепочек», элементами которых могут быть исторические или мифологические события, биографии выдающихся людей, виртуальные личности. Для закрепления образа необходима их сюжетно-территориальная привязка, отождествление со знаковыми местами. В области не сложился выраженный мифологический имидж, но есть его отдельные визуальные и духовные символы. Так, некоторые легенды и предания акцентируют образы «Брянский лес» (опорные точки: карстовые озера в лесах – Святое, Круглое и др.), «Литературная Брянщина» (памятник древнерусскому поэту-певцу Бояну в Трубчевске), «Земля Брянская православная» (Свенский Успенский монастырь). Однако они сейчас практически не влияют на привлекательность региона.

Становление третьего «слоя» – интеграции особенностей культурных ландшафтов в туристский образ – в настоящее время еще неактивно. Оно осуществляется через туристский ландшафт, соединяющий естественную основу и связанную с туристской деятельностью искусственную составляющую и включающий планировочный, визуальный и образно-символический ландшафты [Калуцков, 2008]. Сейчас этот процесс довольно четко реализуется в образе «Край партизанской и воинской славы». В пространстве беллигеративных ландшафтов обычно выделяются памятные места и объекты как арена событий, памятники-свидетельства (фортификации) и памятные знаки (монументы и др.), иные объекты наследия и элементы современной инфраструктуры [Горбунов, 2004; Новиков, 2020]. В Брянской области они представлены на территории 14 ООПТ с военно-исторической составляющей. Усадебные комплексы как культурные ландшафты – знаковые места образа «Литературная Брянщина», аттракторами которых являются «Государственный мемориальный историко-литературный музей-заповедник Ф.И. Тютчева «Овстуг» и литературно-мемориальный музей А.К. Толстого в с. Красный Рог. Многочисленны парковые комплексы населенных пунктов. Однако только часть их участвует в формировании образов. Значима интенсификация выявления знаковых мест культурных ландшафтов как достопримечательностей.

Для «кристаллизации» туристских образов важен четвертый «слой» – региональной идентичности. Он обусловлен особенностями рекреационного потенциала территории, ведущими событиями в ее развитии, менталитетом социума. Постоянное население субъекта выступает носителем «внутреннего» образа, временно проживающий контингент – интегрированного на основе «внутренних» и «внешних» представлений. Для выявления специфики региональной идентичности в туристском образе Брянщины был применен метод опроса в форме анкетирования, проведенного в социальных сетях. Тематика – «Туристские образы Брянской области». По мнению респондентов, доминирующий образ – «Край партизанской и воинской славы», несколько уступает ему «Брянский лес», менее значима «Литературная Брянщина», незначительно представлены «Стебрянная сказка» и «Земля Брянская православная». Особо выделены среди знаковых мест центрального образа – мемориальный комплекс «Партизанская поляна», Курган Бессмертия и площадь Партизан в Брянске, «Брянского леса» – ООПТ «Биосферный заповедник «Брянский лес», «Озеро Круглое и партизанский лес», «Литературной Брянщины» – мемориальный историко-литературный музей-заповедник Ф.И. Тютчева «Овстуг», литературно-мемориальный музей А.К. Толстого и их духовные символы-памятники, «Стебрянной сказки» – Дятьковский хрустальный завод и Музей дятьковского хрусталя,



Карачевская фабрика елочных игрушек, «Земли Брянской православной» – Свенский Успенский мужской монастырь и Брянский кафедральный собор. Информацией о маршрутах, соединяющих ядра-символы, владеет менее половины жителей. Актуальность создания положительного образа области подтверждается мнением большинства опрошенных. Ведущими направлениями этого процесса они считают модернизацию инфраструктуры, активизацию позиционирования дестинаций на туристском рынке. Результаты опроса акцентируют необходимость стимулирования в региональных туристском менеджменте и маркетинге деятельности по созданию позитивного туристского имиджа.

### Заключение

Сформированный туристский образ – важный элемент продвижения региона в геокультурном пространстве страны. Среди факторов его генерирования базовое значение имеет рекреационный потенциал территории. Староосвоенная Брянская область отличается контрастностью природных, гетерогенностью культурно-исторических ресурсов, среднеразвитой инфраструктурой, влияющими на композицию образов.

Наиболее активно воздействие рекреационного потенциала проявляется при становлении туристского «географического образа» территории. В современный период регион выделяется одним фиксированным в сознании населения образом – «Край партизанской и воинской славы» (ядра – мемориальные комплексы «Партизанская поляна» и «Хацунь», Брянск, фокусы – ряд «населенных пунктов партизанской славы», ООПТ и др.). Это – исторический бренд субъекта. К формирующимся образам относятся «Брянский лес» (ядро – биосферный заповедник «Брянский лес», фокусы – паспортизированные природные объекты, часть ООПТ) и «Литературная Брянщина» (ядра – мемориальный музей-заповедник Ф.И. Тютчева «Овстуг», литературно-мемориальный музей А.К. Толстого, фокусы – центры с литературными традициями), к зарождающимся – «Стеклянная сказка» (ядра – Дятьково с хрустальным заводом и музеем, Карачев с фабрикой елочных игрушек) и «Земля Брянская православная» (ядра – Брянск, Свенский Успенский мужской монастырь, Плещанская Казанская мужская пустынь, Николо-Одрин женский монастырь, фокусы – центры со сосредоточением или наличием уникальных религиозных объектов). Выраженный мифологический имидж не сложился, а его отдельные визуальные и духовные символы практически не влияют на привлекательность области. Процесс интеграции культурных ландшафтов в ментальные представления в настоящее время в целом неактивен и относительно значим только для «Края партизанской и воинской славы». Анализ специфики региональной идентичности отразил структуризацию туристского образа Брянской области.

Основными проблемами становления положительного имиджа являются недостаточное внимание к научно-методической разработке образно-географической модели туристского пространства региона, территориальная дискретность и невыраженная аттрактивность части природных и культурно-исторических объектов-символов, контрастный с доминированием невысокого уровня развития туристской инфраструктуры на полупериферии и периферии, не преодоленный полностью «чернобыльский» имидж юго-запада субъекта, отсутствие целенаправленной системы маркетингового позиционирования образов территории. В структуру комплекса формирования и продвижения позитивного образа кроме направлений, определяемых ведущими проблемами, важно включить стимулирование образовательно-просветительного (совершенствование подготовки и переподготовки профильных кадров, «укрепление» региональной идентичности населения), мотивационного (создание материальной заинтересованности и духовной потребности в развитии туризма в субъекте), социально-психологического направлений (акцентирование ценностной ориентации личности на популяризацию, сохранение и ответственное использование рекреационного потенциала). Разработка и внедрение имиджевых стратегий – необходимое звено реализации региональной туристской политики.

### Список источников

- Брянская Епархия. Электронный ресурс. URL: <https://bryansk-eparhia.ru> (дата обращения: 11.07.2022).
- Брянская областная общественная писательская организация союза писателей России. Электронный ресурс. URL: <https://slovo32.ru> (дата обращения: 04.06.2022).
- Брянский областной центр историко-культурного наследия. Электронный ресурс. URL: <https://centrikn32.ru> (дата обращения: 18.06.2022).
- Департамент культуры Брянской области. Электронный ресурс. URL: <http://kultura32.ru> (дата обращения: 22.05.2022).
- Заповедник «Брянский лес». Электронный ресурс. URL: <http://www.bryansky-les.ru> (дата обращения: 18.05.2022).
- Информационно-аналитическая система «ООПТ России». Электронный ресурс. URL: <https://oopt.aari.ru> (дата обращения: 18.05.2022).
- Интернет-проект «Партизанское движение на Брянщине». Электронный ресурс. URL: <https://old.bryanskobl.ru/projects/partisan/index.php> (дата обращения: 03.05.2022).
- Культура.рф. Электронный ресурс. URL: <https://www.culture.ru> (дата обращения: 04.06.2022).
- Межрегиональный туристский проект «Западный фасад России». Электронный ресурс. URL: <https://westfacad.ru> (дата обращения: 10.06.2022).
- Межрегиональный туристский проект «Западный фасад России». 2020. Науч. ред. В.М. Котляков. Смоленск, Свиток, 240 с.
- Муниципальное образование «Дятьковский район». Электронный ресурс. URL: <http://admindtk.ru> (дата обращения: 02.07.2022).
- Официальный туристический портал Брянской области. Электронный ресурс. URL: <http://turizm-bryansk.ru> (дата обращения: 26.05.2022).
- Перечень объектов, включенных в Единый государственный реестр объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) Российской Федерации. Электронный ресурс. URL: <https://ohrana-naslediya.ru> (дата обращения: 15.07.2022).
- Свод памятников архитектуры и монументального искусства России: Брянская область. 1998. М., Наука, 640 с.
- Стратегия социально-экономического развития Брянской области на период до 2030 года. Электронный ресурс. URL: <http://www.econom32.ru/activity/strategicheskoe-planirovanie/strategiya/> (дата обращения: 29.07.2022).
- Храмы России. Электронный ресурс. URL: <https://temples.ru> (дата обращения: 03.08.2022).

### Список литературы

- Горбунов А.В. 2004. Ландшафт полей сражений: генезис, структура, развитие. В кн.: Культурный ландшафт как объект наследия. Под ред. Ю.А. Веденина, М.Е. Кулешовой. М., СПб., Дмитрий Буланин: 230–245.
- Дандыкин Т.К. 2000. Во имя павших и живых: партизанская борьба на Брянщине 1941–1945 гг. Брянск, Придесенье, 255 с.
- Джанджугазова Е.А., Лапочкина В.В. 2007. Маркетинговые методы формирования имиджа туристских территорий (на примере Смоленской области). Современные проблемы сервиса и туризма, 2: 39–49.
- Замятин Д.Н. 2003. Гуманитарная география: пространство и язык географических образов. СПб., Алетейя, 331 с.
- Зырянов А.И. 2021. Районирование научное и народное. В кн.: Современная Россия: географическое описание нашего Отечества. Европейская Россия и Урал: в 2 кн. Кн. 2. Регионы Европейской России и Урала. Под ред. В.М. Котляков, А.И. Зырянов. М., Паулсен: 14–18.
- Кайзер Ф.Ю., Мекуш Г.Е. 2020. Туристский образ территории: проблемы дефиниции, подходы и методы исследования, структурно-функциональные особенности. Учёные записки Крымского федерального университет имени В. И. Вернадского. География. Геология, 6(3): 70–93.
- Кайзер Ф.Ю. 2021. Экономико-географические особенности формирования туристского образа территории (на примере Кемеровской области – Кузбасса). Автореф. дис. ... канд. геогр. наук. Иркутск, 24 с.



- Калуцков В.Н. 2008. К разработке понятия «туристский ландшафт». В кн.: Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования. Труды III международной научно-практической конференции, Москва, 24–25 апреля 2008, М., Советский спорт: 91–93.
- Климанова О.А., Тельнова Н.О. 2008. Природный и историко-культурный потенциал региона как основа формирования туристского образа территории. Современные проблемы сервиса и туризма, 4: 49–55.
- Климанова О.А., Шабалина Н.В. 2015. Географические аспекты туристского страноведения. В кн.: География туризма. Под ред. А.Ю. Александровой. М., КНОРУС: 306–313.
- Куница М.Н. 2017. Туристский образ крупного города: особенности и роль в региональном менеджменте туризма. Региональные исследования, 1(55): 110–118.
- Куница М.Н., Гаврютина Н.Л. 2022. Военно-патриотический туризм: общероссийские тенденции и особенности регионального развития. Вестник Воронежского государственного университета. География. Геоэкология, 2: 60–70. DOI: 10.17308/geo.2022.2/9311
- Куница М.Н., Лобанов Г.В., Гаврютина Н.Л. 2015. Информационные ресурсы формирования туристского образа региона. В кн.: География и регион. Материалы международной научно-практической конференции. Пермь, 23–25 сентября 2015. Пермь, Издательство ПГНИУ: 212–218.
- Никанорова Е.В. 2009. Формирование туристского образа территории (на примере Ростовской области). Автореф. дис. ... канд. геогр. наук. М., 24 с.
- Николаенко Д.В. 2003. Рекреационная география. М., ВЛАДОС, 279 с.
- Новиков В.П. 2020. Ландшафтный подход в сохранении наследия Великой Отечественной войны в национальном парке «Угра». Наследие и современность, 3(4): 73–92.
- Природные ресурсы и окружающая среда субъектов Российской Федерации. Центральный федеральный округ: Брянская область. 2007. Под ред. Н.Г. Рыбальского, Е.Д. Самотесова, А.Г. Митюкова. М., НИИ-Природа, 1144 с.
- Чихичин В.В. 2008. Рекреационно-географический образ региона: понятие и методика исследования (на примере Ставропольского края). Проблемы региональной экологии, 5: 157–163.
- Beerli A., Martín J.D. 2004. Factors Influencing Destination Image. Annals of Tourism Research, 31(3): 657–681. DOI: 10.1016/j.annals.2004.01.010.
- Fakeye P.C., Crompton J.L. 1991. Image Differences Between Prospective, First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley. Journal of travel research, 30(2): 10–16. DOI: 10.1177/00472875910300.
- Lawson F., Baud-Bovy M. 1977. Tourism and recreation development. A handbook of physical planning. London, The Architectural Press, 210 p.

## References

- Gorbunov A.V. 2004. Landshaft poley srazheniy: genezis, struktura, razvitie [Battlefield landscape: genesis, structure, development]. In: Kul'turnyy landshaft kak obiekt naslediya [Cultural Landscape as a Heritage Site]. Ed. by Yu.A. Vedenin, M.E. Kuleshova. Moscow, Saint Petersburg, Publ. Dmitriy Bulanin: 230–245.
- Dandykin T.K. 2000. Vo imya pavshih i zhivyh: partizanskaya bor'ba na Bryanshchine 1941–1945 gg. [In the Name of the Fallen and the Living: Partisan Struggle in the Bryansk Region 1941–1945]. Bryansk, Publ. Pridesen'e, 255 p.
- Dzhandzhugazova E.A., Lapochkina V.V. 2007. Marketingovyye metody formirovaniya imidzha turistskikh territoriy (na primere Smolenskoj oblasti) [Marketing Methods of Tourist Territories Image Building (Based on Smolensk Region)]. Sovremennyye problemy servisa i turizma, 2: 39–49.
- Zamyatin D.N. 2003. Gumanitarnaya geografiya: prostranstvo i yazyk geograficheskikh obrazov. [Humanitarian Geography: Space and Language of Geographical Images]. Saint Petersburg, Publ. Aleteyya, 331 p.
- Zyryanov A.I. 2021. Rayonirovanie nauchnoe i narodnoe [Scientific and popular regionalization]. In: Sovremennaya Rossiya: geograficheskoe opisanie nashego Otechestva. Evropeyskaya Rossiya i Ural: v 2 kn. Kn. 2. Regiony Evropeyskoj Rossii i Urala [Modern Russia: a geographical description of our Fatherland. European Russia and the Urals: in 2 books. Book. 2. Regions of European Russia and the Urals]. Ed. by V.M. Kotlyakov, A.I. Zyryanov. Moscow, Publ. Paulsen: 14–18.
- Kayzer Ph.Ju., Mekush G.E. 2020. Tourist Image of the Territory: Problem of Definition, Approaches and Methods of Research, Structural and Functional Features. Scientific Notes of V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Geography. Geology, 6(3): 70–93 (in Russian).

- Kayzer F.Yu. 2021. Ekonomiko-geograficheskie osobennosti formirovaniya turistskogo obraza territorii (na primere Kemerovskoy oblasti – Kuzbassa) [Economic and geographical features of the formation of tourist image of the territory (based on Kemerovo region - Kuzbass)]. Abstract. dis. ... cand. geogr. sciences. Irkutsk, 24 p.
- Kalutskov V.N. 2008. K razrabotke ponyatiya «turistskiy landshaft» [To the development of the concept of «tourist landscape»]. In: Turizm i rekreatsiya: fundamental'nye i prikladnye issledovaniya [Tourism and recreation: fundamental and applied research]. Proceedings of the III International Scientific and Practical Conference, Moscow, 24–25 April 2008. Moscow, Publ. Sovetskiy sport: 91–93.
- Klimanova O.A., Telnova N.O. 2008. Natural and Historic and Cultural Potential of Region as Basis for Creating Territory Tourism Image. Service and Tourism: Current Challenges, 4: 49–55 (in Russian).
- Klimanova O.A., Shabalina N.V. 2015. Geograficheskie aspekty turistskogo stranovedeniya [Geographical aspects of tourist regional studies]. In: Geografiya turizma [Geography of tourism]. Ed. by A.Yu. Aleksandrova. Moscow, Publ. KNORUS: 306–313.
- Kunitsa M.N. 2017. Tourist Image of the Large City: Features and Role in Regional Tourism Management. Regional'nye issledovaniya, 1(55): 110–118 (in Russian).
- Kunitsa M.N., Gavryutina N.L. 2022. Military and Patriotic Tourism: All-Russian Trends and Features of Regional Development. Proceedings of Voronezh State University. Series: Geography. Geoecology, 2: 60–70 (in Russian). DOI: 10.17308/geo.2022.2/9311.
- Kunitsa M.N., Lobanov G.V., Gavryutina N.L. 2015. Information Resources in the Forming Tourist Image of the Region. In: Geografiya i region [Geography and region]. Materials of the international scientific-practical conference. Perm, 23–25 September 2015. Perm, Publ. PGNIU: 212–218 (in Russian).
- Nikanorova E.V. 2009. Formirovanie turistskogo obraza territorii (na primere Rostovskoy oblasti) [Formation of the tourist image of the territory (based on Rostov region)]. Abstract. dis. ... cand. geogr. sciences. Moscow, 24 p.
- Nikolaenko D.V. 2003. Rekreatsionnaya geografiya [Recreational geography]. Moscow, Publ. VLADOS, 279 p.
- Novikov V.P. 2020. Landscape Approach to Conservation of the Great Patriotic War Heritage in Ugra National Park. Heritage and Modern Times, 3(4):73–92 (in Russian).
- Prirodnye resursy i okruzhayushchaya sreda subiektov Rossiyskoy Federatsii. Tsentral'nyy federal'nyy okrug: Bryanskaya oblast' [Natural resources and environment of subjects of the Russian Federation. Central federal district: Bryansk region]. 2007. Ed. by N.G. Rybal'skiy, E.D. Samotesov, A.G. Mityukov. Moscow, Publ. NII-Priroda, 1144 p.
- Chihichin V.V. 2008. Recreational -Geographical Image of the Region: Concept and Technique of the Research (on the Example of Stavropol Territory). Regional Environmental Issues, 5: 157–163 (in Russian).
- Beerli A., Martín J.D. 2004. Factors Influencing Destination Image. Annals of Tourism Research, 31(3): 657–681. DOI: 10.1016/j.annals.2004.01.010.
- Fakeye P.C., Crompton J.L. 1991. Image Differences Between Prospective, First-Time, and Repeat Visitors to the Lower Rio Grande Valley. Journal of travel research, 30(2): 10–16. DOI: 10.1177/00472875910300.
- Lawson F., Baud-Bovy M. 1977. Tourism and recreation development. A handbook of physical planning. London, The Architectural Press, 210 p.

*Поступила в редакцию 06.10.2022;*

*поступила после рецензирования 02.11.2022;*

*принята к публикации 07.11.2022*

*Received October 06, 2022;*

*Revised November 02, 2022;*

*Accepted November 07, 2022*

**Конфликт интересов:** о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

**Conflict of interest:** no potential conflict of interest related to this article was reported.

#### ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

**Куница Марина Николаевна**, кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры географии, экологии и землеустройства Брянского государственного университета им. И.Г. Петровского, Брянск, Россия

#### INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

**Marina N. Kunitsa**, Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Geography, Ecology and Land Management of the Bryansk State Academician I.G. Petrovski University, Bryansk, Russia