

## НАЦИОНАЛЬНЫЙ КУЛЬТУРНО-СПОРТИВНЫЙ ПРАЗДНИК «СУРХАРБАН» – БРЕНД РЕСПУБЛИКИ БУРЯТИЯ И ФАКТОР ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ

Статья посвящена вопросам туристической привлекательности Республики Бурятия как фактору успешного экономического развития территории в современных условиях. Автор приходит к выводу, что туризм становится одним из источников получения доходов и увеличения ВВП страны, принося стабильную прибыль. Также рассматривается необходимость Республики Бурятия в положительных и узнаваемых брендах для успешной конкурентоспособности как внутри страны, так и за рубежом. Обосновывается мысль о том, что назрело время для создания бренда республики, его логотипа. Автором предложена собственная версия национального бренда Республики Бурятия - Сурхарбан.

**Ключевые слова:** национальный брендинг, туризм, туристическая привлекательность, положительный имидж, Республика Бурятия, национальные традиции, Сурхарбан.

*Ochiorov Innokenty Mikhaylovich*  
 Buryat State University, Ulan-Ude, Russian Federation

## NATIONAL CULTURAL AND SPORTS FESTIVAL "SURHARBAN" - BRAND OF THE REPUBLIC OF BURYATIA AND THE FACTOR OF TOURIST ATTRACTION

The article is devoted to the issues of tourist attraction of the Republic of Buryatia as a factor of successful economic development of the territory in modern conditions. The author comes to the conclusion that tourism is becoming one of the sources of income generation and an increase in the country's GDP, bringing a stable profit. The necessity of the Republic of Buryatia in positive and recognizable brands is also considered for successful competitiveness both within the country and abroad. The author substantiates the idea that the time has come to create a brand of the republic, its logo. The author offers his own version of the national brand of the Republic of Buryatia - Surkharban.

**Keywords:** national branding, tourism, tourist attraction, positive image, Republic of Buryatia, national traditions, Surkharban.

В современном, многополярном мире возрастает конкуренция между государствами за природные, людские, интеллектуальные и другие ресурсы. Достижения в экономике, политике, инвестициях и многих сферах деятельности государства во многих степени зависят от того какое место оно занимает на международном уровне, его статуса и образа. Потому, в данное время, становится актуальным для каждого государства создать образ страны привлекательным, высокоэффективным и добропорядочным, чтобы стать конкурентоспособным в современном мире.

Ведущий мировой специалист в области национального брендинга Саймон Анхольт, автор этого понятия, разработал систему комплексного подхода к брендингу территорий, который включает в себя следующие элементы: туризм, экспортные бренды, политику, бизнес и инвестиции, культура, люди.

В свою очередь, туризм выявляет степень интереса к посещению и привлекательность природных, культурных и исторических достопримечательностей страны. Туристическая привлекательность является важной составляющей развития сферы туризма. Регион, территория будут интересны если они имеют туристические ресурсы: природные, исторические, культурные достопримечательности, общедоступной информацией о них, развитую материально-техническую базу, с удобным транспортно-логистическим разрешением. Во многих странах, туризм становится важным источником доходов, увеличения ВВП, принося стабильную и постоянную прибыль. Любая страна пытается привлечь туристов и инвесторов – бренд становится инструментом борьбы не только за бизнес-успех, но и за

доминирование в мире. Такие страны как Испания, ОАЭ, Турция, Египет, Таиланд, Вьетнам, Индия и другие имеют с индустрии туризма хорошие дивиденды, как экономические так и политические.

Россия имеет в своем распоряжении большие возможности для развития как внутреннего так и внешнего туризма. У нас есть многое – огромная и красивая территория, богатые исторические, культурные традиции и добрый, гостеприимный народ. В данный момент, когда продолжают санкции меры по отношению к России, для роста страны и ее регионов должны мобилизоваться внутренние резервы и конкурентные возможности во всех сферах народного хозяйства и создание положительного имиджа. Главной задачей развития отрасли туризма страны является увеличение туристического потока, как въездного так и внутреннего и это позволит обеспечить дополнительный доход для роста экономики страны. Ранее популярными местами для посещения туристов были только Москва, Санкт-Петербург, то сегодня расширяется интерес географии поездок, туристам интересны Сибирь, Алтай, Дальний Восток, Байкал. И надо понимать, что с туристической привлекательностью, с привлечением иностранных туристов, создаются условия для инвестиций, создается основа для инвестиционной привлекательности страны и регионов.

Также для положительного имиджа страны работают проводимые различные культурно-спортивные мероприятия. Прошедший недавно Чемпионат мира по футболу привлек туристический поток в нашу страну, принося не только финансовые дивиденды, но и создал образ России, которая может организовывать и проводить мероприятия

высочайшего мирового уровня, тем самым создал условия для привлечения туристов и инвестиций.

Национальный бренд является неотъемлемой частью для развития и конкурентоспособности страны, для роста туризма, торговли, иностранной инвестиции и для создания положительного имиджа. Если заинтересуются брендом, то могут заинтересоваться и страной. Кроме того, имеет место и привлекательность регионов для туристов, то есть туристическая привлекательность, которая может способствовать привлечению иностранных туристов и активизации внутреннего туризма в регионе. Национальный бренд, в основе которого лежат история и культура и традиции народа, должен в полной мере отразить его самобытность и уникальность. Основная цель бренда это работать на благо территории, принося ей доход, как в материальном, так и в имиджевом плане.

Британский исследователь технологий и продвижения национального бренда Кейт Динни считает, что идентичность национального бренда формируется благодаря таким ключевые компонентам как: история, язык, территория, политический режим, архитектура, спорт, религия, система образование, природа, медицина, кухня, фольклор [Динни, 2013].

На данное время, еще плохо развит, как в России так и в республике, событийный туризм, проведение ежегодных, больших по масштабу народных праздников. Хотя у нас есть большое число городов и регионов с интересными культурными, историческими праздниками и традициями, с уникальными природными факторами. Эти мероприятия могут иметь огромное экономическое значение для территории. Наряду с этим происходит возрождение местных культурных традиций и обычаев, развитие народного творчества и ремесел.

Республика Бурятия на данном этапе, как никогда нуждаются в положительных и узнаваемых брендах для успешной конкуренции как внутри страны, так и за рубежом

Сейчас не так много символов, которые могут представлять Бурятию, и кроме озера Байкал нет больше ассоциаций с республикой. И, создавая бренд, мы должны учитывать, что он должен иметь исторические и культурные корни с Бурятией, которая доносила бы до потребителей представление об уникальности территории, народа ее населяющее и положительные ассоциации. При разработке бренда надо не только задумать но и прочувствовать национальный колорит региона а потом все это выполнить в яркой, интересной форме и презентовать все это всему миру. В будущем для дальнейшей популяризации национального бренда Бурятии – Сурхарбан, требуется воплотить яркий логотип, визуальный стиль и слоган для практического использования в отношении туристической сферы деятельности и его атрибутов: реклама, сувениров, полиграфии, буклетов, презентаций, интернет - платформы и других.

Мы, через разработку и популяризацию Сурхарбана как национального бренда Бурятии, добиваемся следующего: становление

благоприятного климата для инвестиций и финансовых вложений, стимулирование туристического потока, подъем продаж местных производителей. Основной задачей Сурхарбана как бренда Республики Бурятия становится выработка оригинального положительного имиджа республики, как основы будущих успехов. В настоящее время в Бурятии происходит процесс возрождения культурных, религиозных и исторических традиций народа и этот фактор должен привлекать туристов в республику, так как национальная идентичность и колорит это всегда будет интересно. В Бурятии есть много интересных мест и достопримечательностей, как природного, так и культурного плана, проводятся различные народные фестивали и праздники, такие как Сагаалгаан, Алтаргана, Голос кочевников, Ночь ёхора и другие.

Для нашей республики одним из вариантов национального бренда может стать бурятский национальный праздник - Сурхарбан. Он является культурным достоянием, одним из основных национальных праздников Бурятии, который может дать для туристов хорошую возможность ознакомиться с историей, культурой, обычаями, традициями, с национальной кухней и играми нашей республики и потому пропаганда, продвижение и научное исследование Сурхарбана надо рассматривать как составную часть всестороннего возрождения культуры и традиций бурятского народа.

Одним из самых важных и значительных праздников, который отмечают все монголоязычные народы является Сурхарбан. Возникновение этого праздника уходит своими корнями в глубокую древность. Историки не пришли еще к одному мнению, о том, когда и как зародился этот праздник. Есть гипотеза, что Сурхарбан устраивался после успешной коллективной облавной охоты - «зэгэтэ-аба», есть и красивая легенда, согласно которому, тарбаган был когда-то очень метким стрелком. Однажды на небе появилось сразу три солнца, стало невыносимо жарко, все выгорало. Стрелок решил помочь людям и сбить стрелой лишнее солнце. Он выстрелил и промахнулся. Из-за стыда он отрубил себе большие пальцы, начал жить под землей и лишился человеческого облика. Именно с этой легендой связывают праздник Сурхарбан, или состязание в стрельбе из лука. На этом празднике буряты просят Землю проявить милость и не посылать три солнца.

Само слово «Сурхарбан» означает дословно «стрельба в сур», «сур»- это та мишень в которую надо попасть стрелку, сделана она из колышка, который обматывается кожаным ремнем. А слово «харбан» - означает состязание, и это название перенеслось на весь праздник. Исконно в программу включались три вида состязания - «Эрын гурбан наадан», три игры мужей включали состязания в стрельбе из лука, конные скачки и борьбу. В начале истории проведения Сурхарбана, он носил более ритуальный характер, где чествовались духи священных мест и предки рода, далее, в период правления Чингис-хана, он стал все больше

приобретать черты военного смотра, где происходил отбор воинов для войска хана. На него съезжались самые сильные воины, стрелки, борцы и наездники. В ходе эволюции, стрельба из лука, борьба, конные скачки обособились в самостоятельный культурно-спортивный праздник [Курносенко, 2017].

В настоящее время этот праздник, стал объединяющим фактором между историей, традицией и культурой бурятского народа. Это очень зрелищное культурное мероприятие, на котором, кроме традиционных состязаний, проводятся, народные игры, концерты национальных фольклорных коллективов. Праздник Сурхарбан является наиболее интересным бурятским национальным праздником, который привлекает большое число гостей. С каждым годом на это мероприятие собирается все больше туристов не только из России, но и из разных стран.

Президент РФ В. В. Путин на встрече с участниками «Форума малых городов и исторических поселений» 2018 г., заявил: «Каждому малому городу и историческому поселению важно тщательно проанализировать все свои возможности и конкурентные преимущества, определить основные направления для развития, в том числе и для малого бизнеса, для туризма». Все это, что сказал В. В. Путин, можно отнести и к регионам,

Республика Бурятия может стать региональным туристическим центром, если будет развивать свои конкурентные преимущества, в виде уникальных национальных традиций. Многие делает в этом отношении Правительство РБ, Министерство туризма РБ. Ведется большая работа по туристической зоне «Байкальская гавань», Министерство туризма Республики Бурятия ежегодно проводит форум гостинично-туристской отрасли «Байкальское гостеприимство», развивает сферу туризма, продвигая туристические возможности и туристические бренды Республики Бурятия на рынках туризма.

Таким образом, надо понимать, что очень важно использовать огромный потенциал Сурхарбана для рекламы и положительного имиджа Республики Бурятия, для налаживания культурных, экономических связей и проявления заинтересованности у туристов, инвесторов из других регионов России и из-за рубежа. В дальнейшем рамки проведения культурно-спортивного праздника Сурхарбан можно расширить, включив в программу праздника музыкальные, песенные, танцевальные, поэтические конкурсы, выставки народных промыслов и ремесел, кулинарные мастер-классы.

#### Литература

- Anholt Simon. Brand New Justice: The Upside of Global Branding // Butterworth-Heinemann. 2003. P. 180.  
Динни К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. 336 с.  
Курносенко Т. Что это за праздник Сурхарбан? История праздника, который объединил традиции и культуру бурят [Электронный ресурс] / Информационно-развлекательный сайт FB.ru. 23 октября 2017. URL : <http://fb.ru/article/351100/cto-eto-za-prazdnik-surharban-istoriya-prazdnika-kotoryiy-obyedinil-traditsii-i-kulturu-buryat> ( дата обращения 29.06.2018)