

Всемирное наследие ЮНЕСКО в России: известность и привлекательность

Краткое резюме по результатам всероссийского опроса

Источник данных:

Массовый репрезентативный опрос взрослого (18+) населения Российской Федерации по формализованной анкете (омнибус) в методике face-to-face по месту жительства с использованием планшетных технологий. Вопросы по теме резюме включены инициативно. Объем выборки – **1600** респондентов. Выборочная совокупность репрезентирует взрослое население России по параметрам пола, возраста, образования, типу места проживания (тип населенного пункта) и географии проживания (федеральные округа). Хронологические рамки опроса: 16–26 сентября 2022 года.

Как известно, в России находятся более 50 достопримечательных мест, официально включенных в список «*Всемирного наследия ЮНЕСКО*» или находящихся в категории кандидатов на включение в указанный список: это и рукотворные (культурно-исторические), и природные (ландшафтные) объекты, обладающие безусловной значимостью и ценностью для человечества, нуждающиеся в охране и сбережении. В анкету всероссийского опроса ЦИРКОН для оценки известности и популярности среди российского населения были включены 27 таких объектов (четыре из них были объединены с близкими).

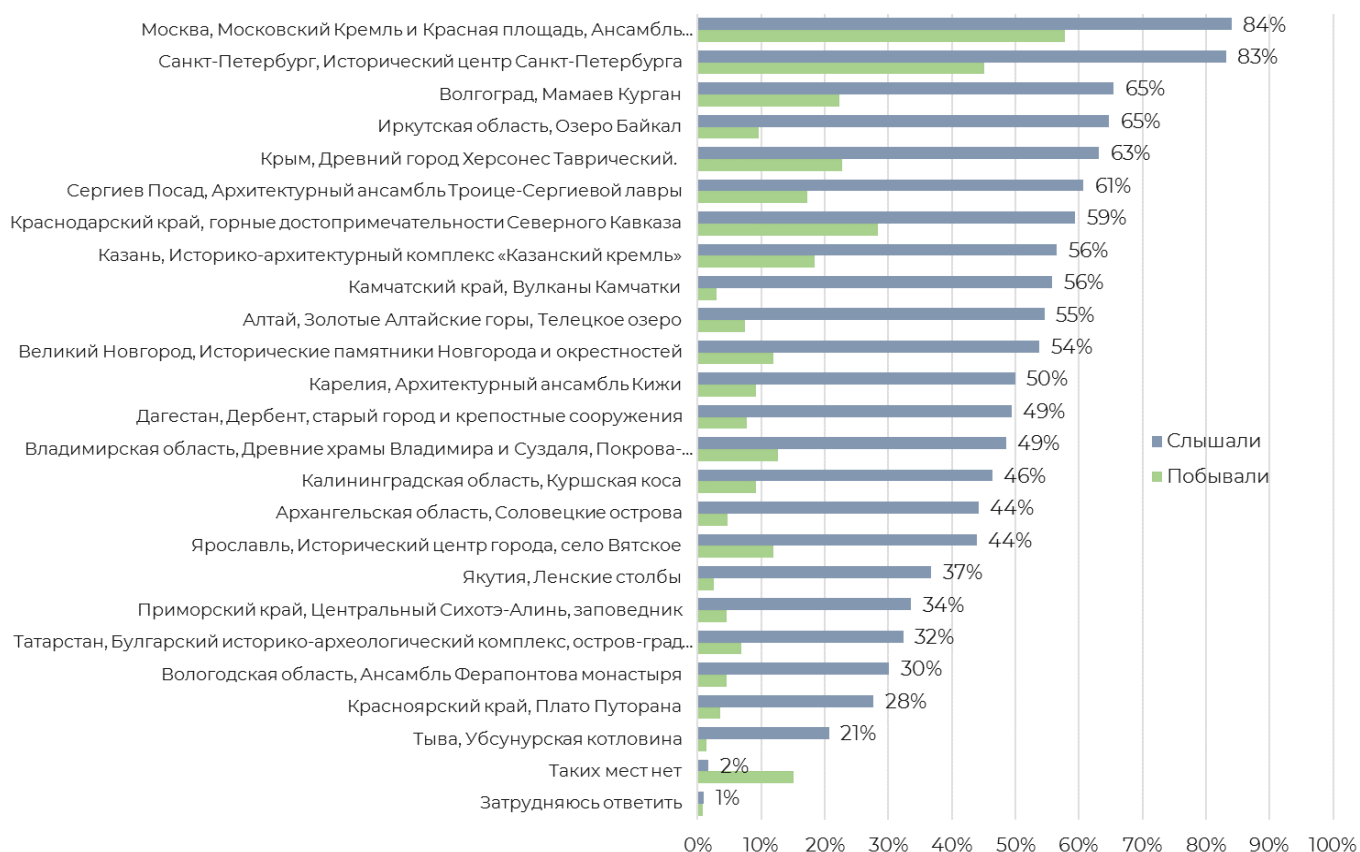
Опрос показал, что знаковые места страны россиянам достаточно хорошо известны: доля тех, кто ответил, что не слышал ни о каких местах из списка, очень мала. Но уровень известности достопримечательностей существенно отличается.

К наиболее известным ожидаемо относятся главные достопримечательности двух российских столиц: **Московский Кремль** и исторический центр **Санкт-Петербурга**, их отметили в качестве известных более 80% респондентов. Девять объектов были указаны половиной и более числом респондентов – это Мамаев Курган в Волгограде (кандидат в список Всемирного наследия), озеро Байкал, Троице-Сергиева лавра в Сергиевом Посаде, горные достопримечательные места Северного Кавказа, Казанский кремль, Вулканы Камчатки, Золотые Алтайские горы, исторические памятники Великого Новгорода и древний город Херсонес в Крыму. Все эти достопримечательности на протяжении многих лет воспроизводятся на открытках, отражены в школьных учебниках, к ним приковано внимание многочисленных туристов.

Наименее известными (отмеченными менее 30% респондентов) так же ожидаемо оказались места, представляющие собой по большей части природные объекты, включенные в список всемирного наследия сравнительно недавно - в последние два десятилетия: Ленские столбы в Якутии, заповедник Сихотэ-Алинь в Приморском крае, Плато Путорана в Красноярском крае, Убсунурская котловина в Тыве, а также город-остров Свияжск в Татарстане и ансамбль Ферапонтова монастыря в Вологде. Эти объекты существенно реже упоминаются в средствах массовой информации, в туристические маршруты они стали включаться сравнительно недавно, и эти маршруты уже нельзя отнести к массовым в силу высоких транспортных расходов и неразвитости туристической инфраструктуры (за исключением Свияжска).

В рамках опроса исследователи пытались выяснить не только осведомленность респондентов о достопримечательных объектах, но и основания этой осведомленности, связанные с личным опытом посещения соответствующих мест (жили, работали, побывали в качестве туриста и т.п.). Как оказалось, уровень известности и заявленной посещаемости знаковых мест России далеко не всегда совпадает (см. диаграмму 1-2).

1. Укажите те места, про которые Вы знаете, что-то слышали.
2. Укажите те места, в которых Вы хотя бы раз в жизни побывали

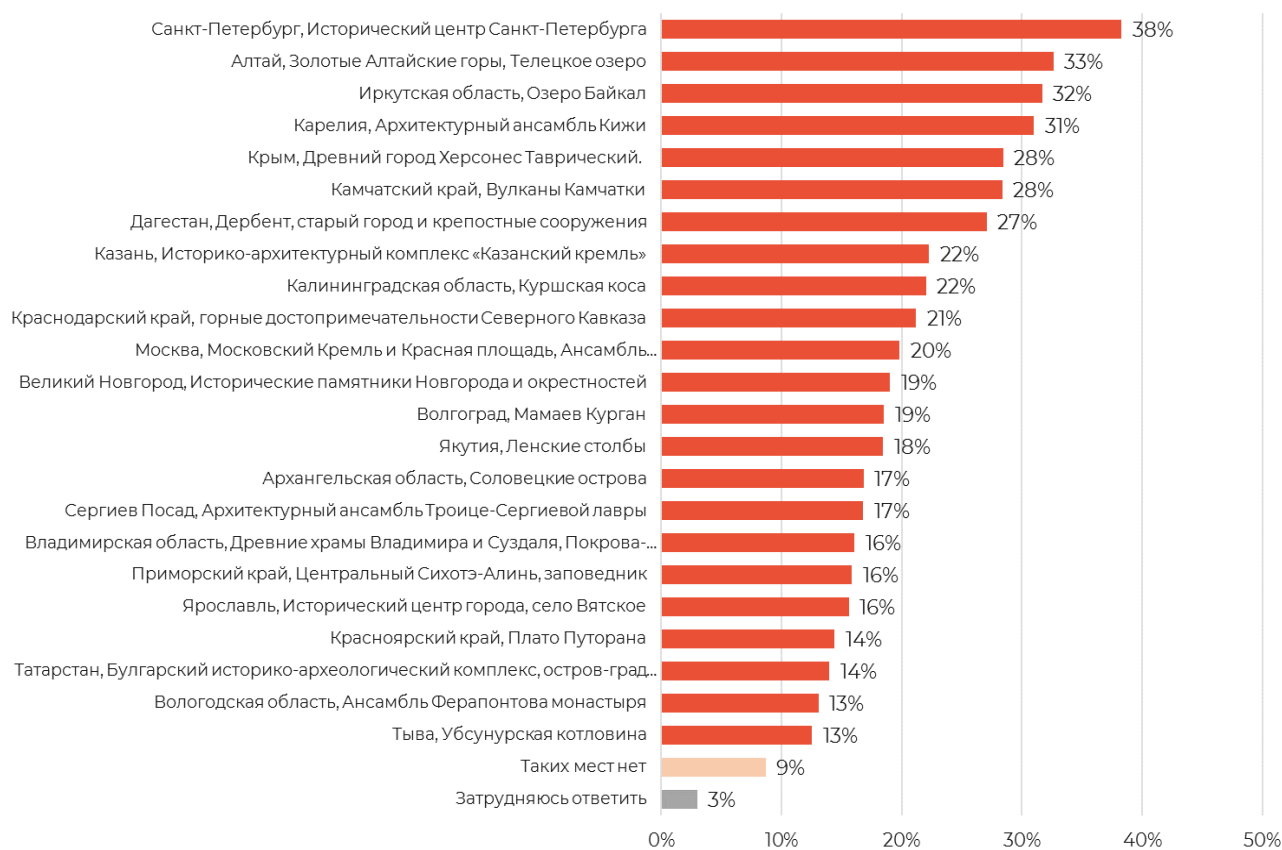


В Москве по словам респондентов бывало большинство россиян (58%), и это лишь в полтора раза меньше доли тех, кто слышал о московских объектах всемирного наследия (Московском Кремле и Ансамбле Новодевичьего монастыря). Аналогичная ситуация с историческим центром Санкт-Петербурга и «курортными» достопримечательностями Северного Кавказа. В большинстве остальных случаев известность превышает личный опыт посещения (число респондентов, заявивших, что бывали в этих местах) от 3х (Казань) до 9 раз (Соловецкие острова), а для вулканов Камчатки, Ленских столбов и Убсунурской котловины эта разница еще больше. И это с учетом явно завышенных данных о реальной посещаемости знаковых мест (известно, что в ходе опросов респонденты часто дают положительные ответы, чтобы приблизиться к приличной в их понимании «социальной норме»).

Конечно, главным вопросом в представляемом экспресс-исследовании был, вопрос о привлекательности (туристическом потенциале) объектов всемирного наследия ЮНЕСКО в России, особенно в контексте развития внутреннего туризма в стране.

По данным опроса, большинство россиян хотело бы посетить те или иные красивые и примечательные места своей страны (не желающих, то есть не отметивших ни одного места в качестве привлекательного для посещения – всего 12%, и в основном это лица старшего поколения). Более трети респондентов стремится побывать в **Санкт-Петербурге**, на **Алтае**, в **Карелии**, увидеть своими глазами **Байкал**. При этом о желании посетить столицу (**Москва**) заявило существенно меньшее количество опрошенных. Привлекательными для путешествий оказались также **Херсонес** в Крыму, **вулканы Камчатки**, дагестанский **Дербент**, **Казань**, **Куршская коса** и горные достопримечательности **Северного Кавказа** (см. диаграмму 3).

Укажите те места, которые Вы хотели бы посетить, если бы возникла удобная возможность



Закономерно, что достопримечательности, расположенные в территориях с ограниченной транспортной доступностью, добраться до которых долго и дорого (**Плато Путорана, Ленские столбы, Убсунурская котловина** и подобные), оказались наименее известными и наименее привлекательными для личного знакомства. Хотя может быть, их привлекательность существенно повысилась бы с повышением известности.

Как видно из данных опроса, лидерами по привлекательности для туристов стали преимущественно природные ландшафты, желание посетить рукотворные исторические объекты (монастыри, храмы и т.п.) выразило заметно меньшее число респондентов, причем сниженный интерес к культурно-историческим объектам особенно характерен для молодежи.

В целом молодежь (18-24 лет) продемонстрировала более низкий, чем среднее поколение, уровень осведомленности о достопримечательностях своей родины, а также меньшую, чем у респондентов среднего возраста, жажду к путешествиям по родной стране.