

**Сорокина Ю.В., Головнева Е.В.**  
*г. Екатеринбург, Уральский федеральный университет  
имени первого президента России Н. Б. Ельцина*

## **ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОЕ НАСЛЕДИЕ ПОСЕЛЕНИЙ РЕКИ ЧУСОВОЙ (ПЕРСПЕКТИВЫ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ С ПОМОЩЬЮ ГРАФИЧЕСКОГО ДИЗАЙНА)**

*В статье сделаны первоначальные выводы о состоянии уральских моногородов и их архитектуры в окрестностях реки Чусовая. На основе анализа имеющихся разработок в области продвижения бренда малых городов в российском контексте предлагается привлечь внимание к восстановлению историко-культурного наследия Урала с помощью средств графического дизайна.*

*Ключевые слова: историко-культурное наследие, архитектура, графический дизайн, туризм, моногорода, Урал*

**Sorokina Y., Golovneva E.V.**  
*Yekaterinburg, Ural Federal University named after the First  
President of Russia B.N. Yeltsin*

## **HISTORICAL AND CULTURAL LEGACY OF THE SETTLEMENTS NEAR THE RIVER CHUSOVAYA (THE PERSPECTIVES OF THE PROBLEM'S DECISION BY MEANS OF GRAPHIC DESIGN)**

*This article states the preliminary results regarding the Ural monotowns and their architecture near the river Chusovaya. Based on the analysis of gained data in the context of image promotion of the small towns in Russia, the ways of raising interest towards historical and cultural monuments in Ural by means of Graphic Design considered.*

*Keywords: historical and cultural legacy, architecture, Graphic Design, tourism, monotowns, Ural*

Самые известные ассоциации, которые приходят на ум при упоминании Уральского региона связаны со сказами Бажова, добычей полезных ископаемых, с границей Европы и Азии, которая обозначена обелиском в окрестностях Екатеринбурга, а также — с обилием городов — заводов. По мнению пермского писателя Алексея Иванова, река Чусовая обладает не меньшей значимостью, поскольку в течение длительного исторического периода Чусовая определяла ритм и масштабы освоения огромного края. Чусовая до постройки железной дороги через Урал использовалась как важная транспортная магистраль для перевозки уральского металла в европейскую часть России; на ней образовывались заводские поселения, которые в дальнейшем выросли в города [1, с. 8].

Река Чусовая протекает через обширные территории Урала, насыщенные природными красотами, объектами историко-культурного, архитектурного наследия, и в то же время — через уральские поселения. В настоящее время инфраструктура уральских малых городов находится в плачевном состоянии, требуется финансирование для восстановления многих памятников архитектуры и, в целом, улучшения облика городов, а значимые природные объекты нуждаются в сохранении и грамотном позиционировании.

Согласно утвержденному Правительством РФ перечню моногородов, в его состав входит 313 муниципальных образований, которые распределены по трем категориям «в зависимости от степени ухудшения складывающейся в них социально-экономической ситуации, в том числе во взаимосвязи с проблемами функционирования градообразующей организации» [6]. Из уральских городов, расположенных вдоль реки Чусовой, к моногородам относятся Первоуральск, Полевской и Ревда. Статус моногородов дает им шанс на государственное финансирование и помощь в развитии.

К первой группе моногородов с наиболее сложным социально-экономическим положением относится Первоуральск. Одной из основных проблем Первоуральска является неблагоприятная экологическая ситуация из-за недостаточно оснащенных заводов. К примеру, из-за завода Хромпик содержание шестивалентного хрома в воде реки и сейчас превышает предельно допустимую концентрацию в разы. У поселений

с меньшим числом жителей преобладают проблемы, связанные с сохранением и реставрацией историко-культурных объектов. Ярким примером такого поселения является Билимбай — поселок с богатой историей освоения Урала, на своем примере показывающий, как строились города-заводы, возводились храмы, сохранялись леса. Его достопримечательность — Билимбаевский чугуноплавильный завод Строгановых, комплексу зданий которого в настоящее время требуется реставрация. Другой пример — поселение Кын, имеющее отличительную историческую особенность. В 1760-х годах Строгановыми здесь был создан пруд и построен железоделательный завод. В поселении постепенно появилось четыре плотины, ни одна из которых не сохранилась до наших дней. Главным сохранившимся украшением села Кын в настоящее время можно считать полуразрушенную церковь, которая так же, как и оставшиеся части завода, требует комплексного восстановления и реставрации.

Приведенные факты — лишь некоторые примеры объектов историко-культурного наследия, которые нуждаются во внимании инвесторов и грамотном включении в местный культурный ландшафт. Заброшенные здания создают неприглядный облик территорий и отрицательно сказываются на развитии экономики и инфраструктуры малых городов. По мнению исполнительного директора Уральской Ассоциации туризма М. Мальцева, причина слабо развитой туристической инфраструктуры в регионе кроется в том, что долгое время отсутствовали специалисты в этой сфере, существуют проблемы в области туристической «раскрутки» и стратегии брендинга уральских городов. Также существует проблема информированности жителей региона об имеющихся историко-культурных и природных объектах края. Между тем, по мнению пермского политолога М. Назукиной, брендинг является важным элементом в развитии экономики региона, а рост узнаваемости и формирование устойчивого положительного образа конкретного места способствуют росту его инвестиционной и туристической привлекательности, гордости населения за собственную малую родину [4].

М. Фирсов, редактор журнала «Уральский следопыт», предположил, что для уральских территорий эффективнее

всего подойдет активный туризм, т.к. к нему располагает горный ландшафт, позволяющий использовать маршруты разного уровня сложности, и обилие рек (таких, как Чусовая), превосходно подходящих для сплава как новичков, так и опытных туристов. Поэтому было решено взять во внимание главную реку Урала и территории, располагающиеся вдоль нее. Через активный туризм можно попытаться обратить внимание туристов на близлежащие территории и малые города, в которых они могут останавливаться по пути маршрута [8].

В процессе поиска брендирования территории, необходимо учитывать то, что возникающий региональный бренд должен отражать идентичность сообщества, которую очень часто определяет не одна характеристика, а множество особенностей [4]. Внутренние особенности регионального пространства, такие, как наличие уникального природного объекта, богатое культурно-историческое наследие, рекреационный потенциал могут способствовать процессу осмысления уникальности, выражаемой в бренде. Всем этим, безусловно, обладает Уральский регион, в котором, помимо прочего, есть условия для создания продуктов графического дизайна, раскрывающих черты уральской региональной идентичной особенности [5].

Отметим, что в России повышенное внимание к созданию брендинга городов фиксируется с 2009 года, когда стали появляться первые системные проекты в рамках стратегии развития России и разрабатывались концепции продвижения национального и регионального брендов различных продуктов. Так, ярким примером удачного брендирования является «Золотое кольцо России» — один из старейших, признанных и наиболее продвинутых маршрутов на европейском рынке туристических услуг. В основе его популярности лежит, безусловно, мощный историко-культурный потенциал, но не меньшую роль играют также транспортная доступность и компактное расположение основных достопримечательностей. С помощью маршрута по «Золотому кольцу» с каждым годом растет интерес к историческому и культурному богатству древнерусских городов, которые со временем превратились в крупные туристские центры.

Для «Золотого кольца» был создан логотип, выбранный в итоге из семи вариантов интернет пользователями. Логотип представляет собой очертания трех куполов, расположенных внутри кольца, он выполнен в едином золотом цвете, что соотносится с названием, и весь образ передает особенность построенного маршрута — архитектурное историко-культурное наследие Центральной России. Существует также сайт, на котором изображена карта, в центре которой расположены гербы городов, размещенные по кругу в образе кольца. Предполагается, что на каждый герб можно кликнуть и, прочитав краткую информацию о городе, перейти на отдельный туристический сайт этого города.

В качестве показательного примера, иллюстрирующего графическое сопровождение туристического маршрута, стоит также упомянуть проект студентки Национального исследовательского университета факультета коммуникаций медиа и дизайна Натальи Сорокиной. Её проект — визуальная концепция брендинга сети туристических маршрутов «Золотое Кольцо России». Он включает себя подбор фирменных цветов, ассоциирующихся с историческими городами маршрута, с их традициями. Исходя из них, была создана система паттернов и найдены знаки эффективной визуальной презентации маршрута. В дальнейшем в своей работе Наталья Сорокина показала примеры вариантов их использования в печатной и сувенирной продукции, при оформлении средовых объектов и продуктов веб-дизайна.

Опыт разработки концепции маршрута по «Золотому кольцу» и его оформления средствами графического дизайна, на наш взгляд, вполне может быть спроецирован на уральский городской ландшафт. Окрестности реки Чусовой в Уральском регионе знамениты живописными красотами и природными памятниками, древней историей поселений. Активный туризм имеет давние традиции на уральской территории, он может способствовать развитию региона, привлечь внимание туристов и инвесторов к историческим объектам края. Составление интересных туристических маршрутов, объединяющих природные и культурные объекты по историческому принципу, может стать важным направлением деятельности дизайнеров с одной стороны, с другой стороны

— такая практика поможет передать особенности историко-культурного наследия уральских городов, сделать их визуальные образы более привлекательными. В этом контексте большая роль может быть отведена именно графическому дизайну и созданию продуктов визуального сопровождения туристических маршрутов.

### Список литературы

1. Иванов А.В. Message: Чусовая. СПб: Азбука-Классика, 2007. — 480 с.
2. Быстрова Т.Ю. Аксиология бренда: к методологии культурного брендинга территории // PR и реклама в изменяющемся мире: региональный аспект. 2011. Вып. 9. С. 85 – 95.
3. Назукина М.В. Локальная идентичность как ресурс развития моногородов: постановка проблемы // Современный город: власть, управление, экономика. 2015. №1. — 244 – 251 с.
4. Назукина М.В. Брендинг как часть политики идентичности: опыт российских регионов // Вестник пермского университета. Серия: Политология. 2013. № 4 (24). С. 20 — 32.
5. Назукина М.В. Уральский макрорегион в системе территориальных идентичностей современной России // Известия Российской Академии наук. Серия: географическая. 2015. № 6. 34 – 47 с.
6. Коваленко А. На Урале расположены 63 моногорода [Электронный ресурс] Эксперт Урал 01/08/2014 URL: <http://www.acexpert.ru/news/na-urale-raspolozheni-63-monogoroda.html#comments> ( дата обращения 03.03.19 ).
7. Распопов П. О реке Чусовая. История, география, сплавы по Чусовой.[ Электронный ресурс] Река Чусовая URL: <http://rekachusovaya.ru/index.php/o-chusovoj> ( дата обращения 03.03.19 ).
8. Смирнов А., Боженко Р., Шабунина К. Добро пожаловать: у туризма на Урале есть перспективы, но много проблем [Электронный ресурс] Еженедельник «Аргументы и Факты» № 31 03/08/2016.