

ecsocman.hse.ru/data/2010/06/21/1212534426/Chernyaeva_N3_fin.indd-7.pdf (дата обращения: 13.02.2018)

7. *Anderson S.* Death of buildings in consumer culture: natural death, architectural murder and cultural rape [Electronic resource] // Taylor & Francis Online. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10253866.2017.1367676?journalCode=gcmc20> (access date: 09.02.2018)

8. *Andrews H.* Liminal Landscapes: Travel, Experience and Spaces In-between / H. Andrews, L. Roberts. — NY.: Routledge, 2012.

9. *Jenkins O.* Photography and travel brochures: The circle of representation [Electronic resource] // Taylor & Francis Online. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616680309715?journalCode=rtxg20> (access date: 15.02.2018)

10. *Robinson P.* Conceptualizing urban exploration as beyond tourism and as anti-tourism [Electronic resource] // Advances in Hospitality and Tourism Research. URL: http://www.ahtrjournal.org/index.php?page=current_issue&title=Volume%203,%20Issue%202,%202015&iceric_id=10 (access date: 13.02.2018)

11. *Schönle A.* Architecture of oblivion: ruins and historical consciousness in modern Russia [Electronic resource]. URL: <https://muse.jhu.edu/book/24312> (access date: 15.02.2018)

12. *Stone P.* A dark tourism spectrum: Towards a typology of death and macabre related tourist sites, attractions and exhibitions [Electronic resource] // TOURISM: An Interdisciplinary International Journal. URL: https://works.bepress.com/philip_stone/4/ (access date: 01.02.2018)

УДК 379.85

О. Д. Шмулей

МОЛОДЕЖНОЕ УРАЛЬСКОЕ САМОСОЗНАНИЕ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНА

В данной статье поднимается проблема развития туризма в не центральных регионах. Уральское самосознание рассматривается как механизм повышения их туристской привлекательности. Было выделено три сферы, в которых данное явление развивается: история, искусство, музыка. Цель исследования — выяснить, как уральское самосознание влияет на туристскую привлекательность региона.

Ключевые слова: Урал, Екатеринбург, брендинг, внутренний туризм, туризм в регионах, уральское самосознание, туристская привлекательность.

O. D. Shmuley

YOUTH URAL IDENTITY AS AN INSTRUMENT TO INCREASE THE TOURIST ATTRACTIVENESS OF THE REGION

This article raises the problem of tourism development in non-central regions. Ural identity is seen as a mechanism to increase their tourist attractiveness. There were three

spheres: history, art, music. The aim of the study is to find out how the Ural identity influences the tourist attractiveness of the regions.

Key words: Ural, Ekaterinburg, branding, domestic tourism, tourism in the regions, Ural identity, tourist attraction.

Урал как регион, безусловно, обладает своим характером, оригинальностью, однако часто воспринимается жителями западной части России как далекий регион в лучшем случае, а в худшем — часть Сибири, из чего следует, что сам регион не обладает достаточной известностью. Объектом статьи является проблема туристической привлекательности нецентральных регионов России. Предметом — изучение самосознания как инструмента развития туристической привлекательности Урала. Здесь можно привести пример: Барселона, столица Каталонии, позиционируется как мировой туристический и университетский центр. Продвижение этого бренда было сопряжено с радикальным переустройством инфраструктуры города, приуроченной к летним Олимпийским играм. В успешном результате реализации этой программы убедились многие наши граждане, побывавшие в Барселоне — мекке российского туризма последних лет. Это хороший пример того, как местное самосознание каталонцев выступает в роли одного из двигателей к развитию региона. Цель исследования — выявление того, как самосознание может влиять на развитие туризма в Екатеринбурге.

Формы выражения Уральского самосознания

В XVIII — первой половине XIX в. на Урале создается крупнейшая горно-металлургическая база, знаменитое «горное царство» Демидовых. Это был «золотой век» уральской металлургии, когда она приобрела мировую известность.

В XX в. Урал превратился в мощный бастион оборонной индустрии страны. Он сыграл крупную роль в двух мировых войнах, особенно во второй, когда поставил для нужд фронта подавляющее количество отечественных вооружений и тем самым способствовал победе не только в Великой Отечественной войне, но и перелому в ходе Второй мировой войны в целом. В годы холодной войны на Урале создается надежный ракетноядерный щит России, который позволил выстоять в ядерном противостоянии с Соединенными Штатами Америки и их союзниками.

Значение Урала в истории России далеко не исчерпывается результатами материального производства. Он внес весомый вклад в духовную культуру страны. Достаточно назвать имена писателей Д. Н. Мамина-Сибиряка, П. П. Бажова, ученых-академиков А. П. Карпинского, И. П. Бардина, В. С. Вонсовского, и многих других. С Урала пошли многие демократические начинания современности. Уральцы выдвинули из своей среды лидеров реформ и первого Президента России Б. Н. Ельцина [2].

Таким образом, история Урала тесно связана с ключевыми моментами истории России, в чем-то даже играя важную роль.

Однако если же рассматривать Урал, Свердловскую область, Екатеринбург в сравнении с Санкт-Петербургом или Москвой, то возникают определенные проблемы. Москва и Санкт-Петербург — это места, обладающие огромной исторической ценностью, а значит, и конкурировать с ними будет крайне сложно. При том, что на Урале с подобным успехом можно вести экскурсии только на тему Великой Отечественной войны, смерти Царской семьи. И также нужно вспомнить о недавно вспыхнувшем интересе к фигуре Б. Н. Ельцина в связи со строительством президентского центра.

Однако конкурировать с такими величинами, как Москва и Санкт-Петербург, не только крайне неразумно, но и не нужно. Локальная история, например, Екатеринбурга, при правильной подаче может быть интереснее для среднестатистического туриста. И ориентироваться сразу на туриста, который поедет к нам из столицы, тоже не нужно, в первую очередь это местное население и население ближайших небольших городов.

Локальная история более субъективная и личная: экскурсант в большей степени будет вовлечен в рассказ, потому что ему будет легче сопереживать героям истории. Примером этому можно назвать «Маршрут 33» от Музея истории Екатеринбурга, где история Уралмаша дается через впечатления людей, которые там жили и живут, и в связи с успешностью такого проекта, можно говорить о том, что данная теория имеет право на существование.

Также в отношении самосознания обязательно стоит обратиться к искусству, ведь оно как раз задает подобные вопросы. В современном искусстве Екатеринбурга часто поднимался вопрос о евразийной природе региона из-за пограничного нахождения города, есть свои школы, например, Уктусская школа. Развитием, сохранением современного искусства сейчас занимается ГЦСИ, недавно они сделали выставку «Приручая пустоту», которая была посвящена изучению уральского современного искусства, и сейчас ГЦСИ представляет эту выставку в Москве, тем самым знакомя публику столицы с региональным искусством. Также нужно упомянуть интервью с директором Музея современного искусства «Гараж» по поводу переезда Славы PTRK. В статье говорится о самостоятельности уральского современного искусства и о том, что раскрутка художников должна происходить на местном уровне, чтобы не художник уезжал в Москву, а, чтобы публика приезжала к художнику. Можно говорить и о пресыщении рынка, художников в Москве много, им сложнее выделиться. К тому же триеннале и биеннале современного искусства в Екатеринбурге показывают многообразие современных художников, эти людям есть что сказать. В статье поднимается правильная мысль об идее децентрализации страны в самых различных сферах, например, в искусстве. Проблема заключается в нелюбви к самим себе, мы не собираем и не сохраняем уральское современное искусство, не

музефицируем его [4]. В настоящее время музеи занимаются этой проблемой, но, например, прорывы, совершенные в 80-е и 90-е, материалы первых авангардных выставок, дом Елового, который в скором времени снесут, — все это не в полной мере, но утеряно. Однако сейчас мы можем говорить о появлении музея, посвященного Мише Брусиловскому, также об университетском музее, посвященном Б.У.Кашкину.

Еще одним элементом, который насыщен уральским духом, является музыка, начиная с истории рок-клуба и заканчивая современным разнообразием музыкантов. Это целая среда, которая живет, растет и развивается. Очень важным для нас будет фильм об уральской музыке «Нужное подчеркнуть», где задаются серьезные вопросы не только о музыке, а об осознании себя как уральских музыкантов, взаимосвязей города и музыки, будущего. Это говорит нам о том, что процесс осознания собственной идентичности уже начался. Это неповторимая атмосфера с уникальными чертами, иронией, любовью к городу и к своему делу. К этому фильму причастны такие группы, как «Курара», «Сансара», «Алоэ Вера», неизменный лидер группы «Чайф» Владимир Шахрин и др. В последнее время «Сансара» больше стала появляться не только на уральской сцене: выступление на «Вечернем Урганте», представленность в саундтреке к фильму «Аритмия», которая сравнилась с «Нелюбовью» Звягинцева, вошедшей в шорт-лист «Оскара»

Также недавно появился гид по уральской музыке — группа в социальной сети «ВКонтакте» «Husky Tunes», которая не только рассказывает и формирует подписчиков, но и создает культурные мероприятия, например, музыкальные вечера на закате на крыше Белой башни. Этот гид позволяет нам говорить о разнообразии и большом количестве групп и музыкальных направлений, например, ежегодно на день рождения Боба Марли устраивается праздник с местными регги-ска-группами, что, на наш взгляд, создает интересный контраст тепла, солнца и моря Ямайки и суровости, холода и снежных лесов Урала, и данная тема проходит красной нитью в музыкальной дорожке «Теплая» группы «Dilly Dally».

Уральское самосознание и туризм

Сфера туризма связана и с искусством, и с музыкой, и с историей, данные области выступают, в первую очередь, источником туристических объектов показа экскурсий. Но важнее связь другая, которая, опять же, касается самосознания. Искусство, история, музыка — это те сферы, в которых культивируются и развиваются «уральскость» и уральское самосознание.

Туризм «торгует впечатлениями», особенно сейчас отходят на второй план чисто краеведческие экскурсии, в которых много сухих фактов, людям нужны по большей части эмоции, атмосфера, впечатления. В таких случаях очень хорошо используются мифы. Мифологизация дестинации делает ее

интересной и легко узнаваемой, усвояемой. И наличие уральского самосознания, его культивирования у того, что можно презентовать туристу, создает ореол мифичности, то чувство, когда за зданием рок-клуба или купеческого дома стоит своя самостоятельная, самодостаточная история людей, их взлетов и падений, их усилий и стремлений. Уральское самосознание в большей степени позволяет туристу мыслить образами.

Уральское самосознание наполняет город смыслом и подтекстом, делая из Екатеринбурга не просто город, столицу Свердловской области, а «живой организм», обладающий своим характером, мыслями и, наконец, своей личностью. Здесь мы и подходим к основной взаимосвязи создания имиджа, бренда города и уральского самосознания. Сейчас наблюдается процесс осознания, кто мы и чем отличаемся от других городов, который происходит снизу, а не насаждается сверху.

Сейчас у города есть свой логотип, придуманный командой «Made in Ural», который базировался на таких же принципах. Сам логотип, на наш взгляд, не очень удачен, так как почти не отражает вложенного создателями смысла. Единственным объяснением такого выбора мы можем назвать то, что у города длинное название, которое сложно дается иностранным гостям, а здесь слово разбито на слоги. Однако у логотипа есть сопутствующий ролик, в котором как раз проявляется уральское самосознание. Хорошо сделанный и хорошо придуманный ролик вобрал в себя много уральского духа. Концепция ролика расставляет акценты, Екатеринбург в нем представлен как:

1. Город с мужским характером;
2. Промышленный город;
3. Город конструктивизма.

Эти три параметра можно объединить под определением «краеведческий», которое тоже дается в ролике, потому что это апеллирует к истории города, которая и формирует его особенность. Это образ промышленного района, индустриального наследия, и это выводит нас на ассоциации с суровостью, твердостью, целеустремленностью, несгибаемостью, именно поэтому это город с мужским характером. Также можно акцентировать внимание на «советскость» (красные знамена, социализм, светлое будущее и др.), к которой в последнее время повышается интерес.

4. Город с большой буквы;
5. Город административный;
6. Город футбольный.

В данных пунктах выражается вся амбициозность города. Он открыт для различных событий, готовится к проведению Чемпионата по футболу.

7. Екатеринбург — это Урал.

В этом блоке говорится о том, что Екатеринбург — это, по сути, квинт-эссенция всего, это и сердце Урала, и его гордость и душа [3].

Таким образом, данный бренд использовал самобытность, которой обладает город и которая выражается через историю, искусство и музыку, ведь даже в качестве сопровождающей музыки ролика была выбрана песня группы «Курара».

Использование уральского самосознания может привести к появлению продуктов, успешных в туристической сфере, например, ранее упомянутый проект «Маршрут №33». Уралмаш у разных людей может вызвать разные ассоциации: от криминального района, где лучше не гулять вечером, до культурного центра города. Этот проект создан с целью изменить сложившийся стереотип о районе, притом Уралмаш действительно имеет за собой значительную и интересную историю. К тому же экскурсия построена очень грамотно. Создатели проекта отходят от формата классической экскурсии, который в последнее время может восприниматься как скучное времяпрепровождение. Эта экскурсия состоит из нескольких аудиозаписей, которые весьма изобретательными способами передают информацию, например, момент с «Малюткой», стиральной машиной, производимой на Уралмаше. Благодаря этому проекту музей истории Екатеринбурга получил награду «Лучший проект, направленный на социальное взаимодействие» на фестивале «Интермузей-2017» [1]. Момент транслирования позитивной информации о «своем», о том, за что мы испытываем гордость, очень важен. Музей истории Екатеринбурга умело вложил в проект чувство гордости, отношение людей к месту, в котором они живут. Это личные истории людей, смешные и грустные, и даже без привязки к району эмоциональное впечатление у экскурсанта в большинстве случаев остается. Происходит обмен информацией через впечатления, а туризм торгует по большей мере именно впечатлениями. Этим значим и важен данный проект, на наш взгляд. Музей истории Екатеринбурга не собирается останавливаться: в планах создание подобного проекта на базе района ВИЗ, не менее интересного и исторического места в городе.

За время исследования нами были выявлены основные сферы, в которых особо интенсивно развивается уральское самосознание: история, музыка, современное искусство. Именно через эти направления происходит становление территориальной идентичности, осознания себя как уральца. Высокий уровень самосознания коррелирует с уровнем знания единиц о своем регионе, положительного к нему отношения, которое может переходить в форму гордости. При создании позитивного облика прежде всего у горожан, жителей региона быстрее развивается хороший имидж и образ города, более того, сознательность граждан увеличивается, а значит, и увеличивается их влияние на сам город, которое может выражаться в создании

городских сообществ любого толка, направленных на развитие города. Такая среда будет благоприятна для создания положительного бренда города, его привлекательности для туристов. Также высокий уровень самосознания способствует появлению уникальных и привлекательных туристических продуктов, поэтому, на наш взгляд, нужно ставить акцент на внутреннего туриста, местное население Екатеринбурга и соседних городов: сначала раскрутить город и его возможности среди местного населения, «создать своих богов» [4], которых впоследствии можно будет представлять более широкой публике.

Литература

1. В Екатеринбурге назвали лучшие музейные проекты [Электронный ресурс] it's my city. Екатеринбург: URL: <http://itsmycity.ru/ekbdaily/6000/6133/> (дата обращения: 15.03.2018)
2. История Урала [Электронный ресурс] // Информационный портал История Урала : URL: <http://www.history-ural.ru/> (дата обращения: 15.03.2018)
3. Официальный логотип Екатеринбурга [Электронный ресурс] // YouTube: URL: <https://www.youtube.com/watch?v=w8d2mg4709c> (дата обращения: 15.03.2018)
4. «Слава PTRK переехал в столицу, и я до сих пор не понимаю, зачем» [Электронный ресурс] // The Village: URL: http://www.the-village.ru/village/city/city-interview/276336-ural-arts?utm_source=vk.com&utm_medium=social&utm_campaign=direktor-garazha-anton-belov-rasskazal--o&utm_content=8393148 (дата обращения: 15.03.2018)