

Секция 1.

Архитектура и городская среда: проблемы проектирования и развития городов

*Казанцева Вероника Николаевна*

## ГОРОДСКОЕ БРЕНДИРОВАНИЕ: ЕКАТЕРИНБУРГ

*Kazantseva V.*

## CITY BRANDING: YEKATERINBURG

Kazanzeva-V@mail.ru

ФГАОУ ВПО «Уральский федеральный университет имени первого  
Президента России Б.Н. Ельцина», Екатеринбург, Россия

23-24 апреля 2014 года  
Екатеринбург



*Данная статья посвящена проблеме городского брендинга, в частности, Екатеринбурга. Этот вопрос в современном обществе волнует многие города России и наш город не исключение. Сегодня, принято выделять четыре основных бренд-идеи развития Екатеринбурга. Первая идея: Екатеринбург – спортивная столица; Вторая идея: Екатеринбург – город конгрессов; Третья идея: Екатеринбург – столица Евразии; Четвертая идея: Екатеринбург – малая Родина первого Президента страны. В статье будет подробно проанализирована каждая теория и сделаны выводы по лучшему бренду для Екатеринбурга.*

*This article is devoted to a problem of city branding, in particular, Yekaterinburg. This question in modern society excites many cities of Russia and our city not an exception. Today, it is accepted to allocate four main a brand idea of development of Yekaterinburg. First idea: Yekaterinburg – the sports capital; Second idea: Yekaterinburg – the city of the congresses; Third idea: Yekaterinburg – the capital of Eurasia; Fourth idea: Yekaterinburg – the small Homeland of the first President of the country. In article each theory will be in detail analysed and conclusions on the best brand for Ekaterinburg are drawn.*

**Ключевые слова:** Екатеринбург, брендинг, спорт, конгрессы, Евразия, Б.Н. Ельцин, позиционирование.

**Keywords:** Yekaterinburg, branding, sports, congresses, Eurasia, B. N. Yeltsin, positioning.

На сегодняшний день одной из самых актуальных проблем для любого города является проблема городского брендинга. Имидж становится неотъемлемой частью каждого населенного пункта, региона, страны. Администрации многих крупных городов специально для разработки идей по бренду города нанимают специалистов данной сферы, бренд-менеджеров. Эту тенденцию можно объяснить тем, что сегодня города активно ведут борьбу за финансовые и человеческие ресурсы.

Прежде чем рассматривать позиционирование Екатеринбурга, необходимо обратиться к теории. Итак, начнем с определения. Одним из самых простых определений является то, что городской бренд – это целенаправленное позиционирование и продвижение особенностей города: культурных, исторических, экономических и других<sup>3</sup>. Отечественные же ученые сходятся на том, что городской бренд – это значимая с позиций маркетингового позиционирования и продвижения целостная смысловая система, представляющая собой семиосферу городского креативного пространства, где в единый комплекс объединены образы городского исторического прошлого, настоящего и перспективного будущего<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> Колеса бренда. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.advertology.ru/article45392.htm> (Дата обращения: 2.04.2014)

<sup>4</sup> PR-дискурс: теоретико-методологический анализ. [Электронный ресурс]. URL: [http://gendocs.ru/v29351/pr-дискурс\\_теоретико-методологический\\_анализ?page=8](http://gendocs.ru/v29351/pr-дискурс_теоретико-методологический_анализ?page=8) (Дата обращения: 2.04.2014)

Кейт Динни в своей известной книге – «Брендинг территорий. Лучшие мировые практики» в доступной форме излагает теорию и описывает практику брендинга территорий для политических деятелей, ученых, студентов. Автор считает, что брендинг территорий – это инструмент, который позволяет удерживать и привлекать жителей, посетителей, инвесторов. В данном процессе, одну из главных ролей играют не туристы, как многие считают, а местные жители. Динни объясняет это тем, что именно городское население олицетворяет местную культуру, с ними ассоциируется идентичность города, они имеют свой бизнес. Но все же не стоит недооценивать вклад туристов, так как они являются привлекательной целевой аудиторией для специалистов, занимающихся брендингом города. Туристы осуществляют так называемую теорию « взгляда туриста», посещая в городе знаковые места, которые могли бы увидеть в интернете, по телевидению, узнать от друзей. Например, Эйфелева Башня в Париже. Для успешного брендинга города необходимо партнерство между ключевыми организациями – стейкхолдерами. Для того чтобы найти хорошую бренд-идею необходимо учитывать следующее: миссию города, городской специалитет, репутационных аттракторов, городскую символику, мифологию города, географическое положение, атмосферу города, его ментальную карту и уникальность<sup>5</sup>.

В настоящее время большинство городов России находятся в поиске своей бренд-идеи, и Екатеринбург является не исключением. Существует несколько проектов брендинга Екатеринбурга, рассмотрим некоторые из них:

- Екатеринбург – спортивная столица;
- Екатеринбург – город конгрессов;
- Екатеринбург – столица Евразии;
- Екатеринбург – малая Родина первого Президента страны.

Начнем с первой идеи: Екатеринбург – спортивная столица. Данная теория появилась недавно, но уже завоевала популярность. Это можно объяснить тем, что эта идея уникальна, так как нет, еще не одного города, который носил бы такой статус. Успешность проекта заключается не только в его уникальности, но и в том, что сама тема спорта в последнее время стала актуальной, а его развитие, проведение спортивных мероприятий будет способствовать развитию всех сфер: транспорта, гостиничного сервиса, досугового центра, сферы обслуживания других. Также немаловажно и то, что регулярное проведение крупных спортивных мероприятий позволит привлечь большие туристические, а, следовательно, финансовые потоки. Для реализации этой бренд-идеи у Екатеринбурга есть все шансы. Итак, к сильным сторонам мегаполиса можно отнести обширные территории, которые позволяют проводить

---

<sup>5</sup> Кейт Динни. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. [Электронный ресурс]. URL: [http://modernlib.ru/books/keyt\\_dinni/brending\\_territoriy\\_luchshie\\_mirovie\\_praktiki/read/](http://modernlib.ru/books/keyt_dinni/brending_territoriy_luchshie_mirovie_praktiki/read/) (Дата обращения: 2.04.2014)

спортивные мероприятия, входящие в обе Олимпиады. Не смотря на то, что инфраструктура находится на начальном этапе развития, имеются проекты, которые успешно начали реализовывать. Родиной многих известных спортсменов является именно Екатеринбург – Анна Гавриленко, Марина Шешенина, Сергей Синицын и другие. К слабым сторонам можно отнести то, что есть проблема в нехватке квалифицированного персонала, транспортная инфраструктура развита не должным образом, конкуренция со стороны Москвы, нет символа, который бы отражал Екатеринбург, как спортивную столицу.

На основе вышесказанного можно сделать вывод, что данная идея имеет место быть и довольно в успешном русле, так как является уникальной в своем роде, а это является главным пунктом для успешной реализации бренд-проекта.

Вторым проектом по брендированию мегаполиса является то, что Екатеринбург – город конгрессов. Данная идея может спокойно вписаться в ритм города, потому что на сегодняшний день Екатеринбург активно ведет конгрессную деятельность, проводя различные выставки, встречи, международные форумы. Многие университеты выступают площадками для проведения мероприятий от регионального до международного уровня: УрГЭУ-СИНХ, УрФУ им. Первого Президента России Б.Н. Ельцина. Но, не смотря на положительные стороны, есть и отрицательные. На данный момент город находится на начальной стадии развития бизнес- и интеллектуально ориентированной сувенирной индустрии, местное население не может понять значимость и необходимость конгрессной деятельности, отсутствие организационных центров и специалистов, гостиничная и транспортная сфера развита не должным образом, в истории города нет ярких событий связанных с деятельностью конгрессов, т.е. отсутствие мифологии.

Третьим проектом вступает следующая идея – Екатеринбург – столица Евразии. Всем известно, что Екатеринбург расположен на границе двух частей света – Европы и Азии. И эту особенность географического положения активно поддерживает Евразийский экономический форум молодежи, который проходит под эгидой Уральского государственного экономического университета. Ректор УрГЭУ – Федоров Михаил Васильевич, говорит, что данный бренд необходимо развивать, чтобы Екатеринбург стал, узнаваем городом не только в России, но и во всем мире. Именно поэтому Евразийский форум будет выступать за позиционирование города в качестве молодежной столицы Евразии. Подобная роль более чем почетна, особенно если учитывать, что в мире сегодня в принципе нет ни одного похожего города<sup>6</sup>. Но, не смотря на все вышесказанное, есть определенные сложности в продвижении данного бренда. Итак, начиная с самой первой странички истории города, уже отсутствовала

---

<sup>6</sup> Екатеринбург — молодежная столица Евразии. [Электронный ресурс]. URL: <http://urpred.ru/2012/05/30/ekaterinburg-molodezhnaya-stolica-evrazii/> (Дата обращения: 3.04.2014)

евразийская символика, а преобладала индустриальная. Это мы можем наблюдать в названиях улиц, районов – Уралмаш, Эльмаш, Химмаш. От данной парадигмы будет сложно избавиться, потому что она на протяжении долгих лет укреплялась в сознании граждан.

Четвертый проект пользуется большой популярностью среди ученых Урала – Екатеринбург – малая Родина первого Президента страны. И это неудивительно, ведь Екатеринбург дал стране много известных политических деятелей, среди которых – первый всенародно избранный Президент России. Как отмечалось выше, в других проектах брендинга Екатеринбурга, отсутствует мифология, связанная с той или иной идеей, в этом же случае идеально подходит время учебы, партийной деятельности и молодости Ельцина, которая может лечь в основу городской мифологии. Также, Борис Николаевич у многих ассоциируется с новым этапом в истории страны, так называемой Новой Россией, для которой характерны демократические ценности. Данный пункт может служить базой для привлекательного имиджа города, как демократического мегаполиса, который открыт для новаций. На сегодняшний день активно идет процесс институционализации памяти первого Президента страны – Б.Н. Ельцина. В его честь названа одна из центральных улиц города, открываются памятники и музеи. В его честь назван один из успешных вузов страны – Уральский Федеральный Университет им. Первого Президента страны Б.Н. Ельцина.

Выше были рассмотрены основные идеи по брендингованию Екатеринбурга, но также можно встретить и второстепенные проекты, которые чаще всего ассоциируются у местных жителей или гостей при произношении вслух города Екатеринбурга. Например,

- Ермак;
- горные заводы;
- Демидовы;
- Строгановы;
- Пугачев;
- сказы Бажова;
- Мамин-Сибиряк;
- горная страна;
- родина первого российского золота (платины, изумрудов, алмазов);
- уральские самоцветы;
- каслинское литье;
- река Чусовая и сплав металла по ней;
- Невьянская башня<sup>7</sup>.

---

<sup>7</sup> Урал в поисках бренда. [Электронный ресурс]. URL: <http://nashural.ru/Spravka/brendi-urala.htm> (Дата обращения: 4.04.2014)

Далее хотелось бы привести высказывания известных деятелей по поводу позиционирования Екатеринбурга.

Ф.И.О, должность	Мнение
Джеймс Макгуайр, генеральный консул Великобритании в Екатеринбурге	«Я думаю, у Екатеринбурга есть множество достопримечательностей, которые могут быть интересны для туристов. Хотелось бы также упомянуть потенциал для развития Бажовских мест. Его сказы очень известны, однако места, про которые он писал, не развиваются»
Максим Петлин, депутат гордумы Екатеринбурга	«Мы должны позиционироваться не только как современный европейский город, но и как один из старейших городов Урала. Мы обязаны делать акцент на позиционировании духа купечества, который витает на улицах нашего города. Кроме этого, думаю, надо активно культивировать и наших художников с мировыми именами, которые живут у нас в городе и здравствуют»
Сергей Бузько, вице-президент Уральской ассоциации туризма	«Я совершенно согласен, что надо менять имидж. Думаю, что нам надо развивать горно-геологический туризм. Для этого у нас есть богатая площадка и соответствующая история»
Валерий Савельев, председатель совета директоров группы компаний «AVS Group»	У Екатеринбурга есть прекрасная возможность воспользоваться географическим положением и стать одним из крупнейших транспортных центров, который свяжет Европу и Азию. Это в конечном итоге обеспечит мощное развитие Екатеринбурга и концентрацию деловой активности.
Владимир Бегунов, музыкант группы «Чайф»	«Надо вспомнить, что Екатеринбург — это город мастеров. Это и может стать главной фишкой. В городе много памятников, которые нужно привести в порядок, открыть художественные мастерские, дизайнерские бутики. В городе должен оставаться дух старины. Сегодня лицо города постоянно меняется в сторону утилизированного американского мегаполиса, а людям интересно древнее зодчество. Я знаю, что многие интересуются архитектурой Екатеринбурга и приезжают смотреть на памятники конструктивизма, которые также необходимо сохранять. Но бросаться из крайности в крайность тоже не надо, можно вполне гармонично сочетать и старину, и новизну»
Георгий Перский, член фракции КПРФ в Свердловской облдуме	«Вообще один бренд для города не нужен. От этой практики уже в других странах отказываются. Все достоинства города нужно диверсифицировать. Кроме того, думаю, надо привлекать туристов и нашей недавней историей. Вот хотя бы создать музей мафии, как это сделано в Чикаго. Это ведь интересно: кто, когда и за что боролся, кто кого убил» <sup>8</sup>

Проанализировав четыре основных проекта по брендированию города, на лидирующие позиции выходят две идеи: Екатеринбург – спортивная столица, Екатеринбург – родина первого Президента страны. Это можно объяснить тем, что позиционирование Екатеринбурга, как столицы Евразии не имеет перспективы, потому что он не обладает уникальностью, так как есть много городов, которые расположены на стыке двух континентов. Например, Стамбул и Чанаккале в Турции, в России – Магнитогорск, Оренбург, Орск. Что же касается идеи города конгрессов, то она тоже теряется на общем фоне и не имеет ничего особенного, потому что есть тысячи городов, как в России, так и за границей, которые представляют себя, как центр конгрессной деятельности.

Независимо от того, какой проект бренд-идеи займет первое место, необходимо, чтобы он четко укрепился в сознании граждан и все силы были направлены на его реализацию, чтобы при звучании города Екатеринбург люди четко понимали – это спортивная столица,

<sup>8</sup> Екатеринбург: известные люди предлагают идеи по бренду города. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.rusngo.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=203:2011-04-26-12-01-38&catid=53:2011-04-20-09-52-23&Itemid=28&lang=ru](http://www.rusngo.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=203:2011-04-26-12-01-38&catid=53:2011-04-20-09-52-23&Itemid=28&lang=ru) (Дата обращения: 4.04.2014)

город конгрессов, столица Евразии или родина первого Президента страны. Необходимо избавиться от двойственности, ведь при произношении города Санкт-Петербург люди четко понимают, что это культурная столица России, а не город автомобилистов.

#### Библиографический список

1. Гавра Д. П. Таранова Ю. В. Имидж территориальных субъектов в современном информационном пространстве: учебное пособие. - СПб.: Санкт.-Петерб. гос. ун-т, Высш. шк. журн. и масс. коммуникаций, 2013. - 264 с.
2. PR-дискурс: теорико-методологический анализ . [Электронный ресурс]. URL: [http://gendocs.ru/v29351/pr-%D0%B4%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81\\_%D1%82%D0%B5%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BE-%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9\\_%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7?page=8](http://gendocs.ru/v29351/pr-%D0%B4%D0%B8%D1%81%D0%BA%D1%83%D1%80%D1%81_%D1%82%D0%B5%D0%BE%D1%80%D0%B8%D0%BA%D0%BE-%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE%D0%B4%D0%BE%D0%B3%D0%B8%D1%87%D0%B5%D1%81%D0%BA%D0%B8%D0%B9_%D0%B0%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D0%B8%D0%B7?page=8) (Дата обращения:2.04.2014)
3. Гришанин Н.В, Луценко Ю.В. МОДЕЛИ ФОРМИРОВАНИЯ ГОРОДСКОГО БРЕНДА. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.science-education.ru/109-9542>
4. [Екатеринбург — молодежная столица Евразии.](http://urpred.ru/2012/05/30/ekaterinburg-molodezhnaya-stolica-evrazii/) [Электронный ресурс]. URL: <http://urpred.ru/2012/05/30/ekaterinburg-molodezhnaya-stolica-evrazii/>
5. Екатеринбург: известные люди предлагают идеи по бренду города. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.rusngo.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=203:2011-04-26-12-01-38&catid=53:2011-04-20-09-52-23&Itemid=28&lang=ru](http://www.rusngo.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=203:2011-04-26-12-01-38&catid=53:2011-04-20-09-52-23&Itemid=28&lang=ru)
6. Кейт Динни. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики. [Электронный ресурс]. URL: [http://modernlib.ru/books/keyt\\_dinni/brending\\_territoriy\\_luchshie\\_mirovie\\_praktiki/read/](http://modernlib.ru/books/keyt_dinni/brending_territoriy_luchshie_mirovie_praktiki/read/) (Дата обращения:2.04.2014)
7. Колеса бренда. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.advertology.ru/article45392.htm> (Дата обращения:2.04.2014)
8. Урал в поисках бренда. [Электронный ресурс]. URL: <http://nashural.ru/Spravka/brendi-urala.htm>