



СПЕЦИАЛЬНАЯ РУБРИКА: «НА ПЫЛЬНЫХ ТРОПИНКАХ ДАЛЕКИХ ПЛАНЕТ...»

SPECIAL SECTION:
“ON THE DUSTY PATHS OF DISTANT PLANETS...”



Неотъемлемой составляющей культурного наследия является научно-техническое наследие. Важность его трансляции в рамках музейной, экскурсионной, научно-исследовательской, образовательной, просветительской деятельности закреплена на уровне государственных решений. Программа популяризации научной, научно-технической и инновационной деятельности, принятая в 2017 г., нацелена на поднятие престижа научных знаний в обществе, стимулирование интереса молодежи к науке и технике, развитие всевозможных способов информирования о ее достижениях. Объявление 2021 г. Годом науки и технологий еще более актуализировало интерес к истории развития отечественной научно-технической мысли и ее материальным воплощениям.

Главным юбилеем Года науки и технологий года стало 60-летие полета Ю. А. Гагарина. Первенство СССР в освоении космоса — предмет гордости россиян. Имена покорителей космоса запечатлены в топонимике, музейных экспозициях, монументальной скульптуре, изобразительном искусстве, литературе, кинематографе. Памятные места, связанные с историей космонавтики, включены в туристические маршруты.

Предметом научного анализа в рамках тематической рубрики данного номера журнала стало освоение и трансляция историко-культурного наследия космонавтики. Потенциальным авторам было предложено обсудить следующие вопросы: памятники космонавтики как составная часть научно-технического наследия; «места памяти» космонавтики и перспективы формирования туристических маршрутов; история космонавтики в музейных экспозициях и архивных собраниях; история освоения космоса в литературе, искусстве, современном медиадискурсе; влияние освоения космоса на архитектурный и монументальный ландшафт городов. По сути, все эти вопросы в большей или меньшей степени отразились в текстах, представленных в редакцию журнала.

Региональное «измерение» освоения космоса оказалось в фокусе статей, выполненных на материалах Перми и Краснодарского края. В первой предложена концепция реализации геокультурного брендинга, ядром которой определено «космическое» прошлое и настоящее города. Учитывая, что научно-техническое наследие советской эпохи прочно закрепилось в визуально-эстетической среде города, авторы предлагают проект геокультурной схемы «Пермь космическая», в которой отражены разнообразные ресурсы: топонимика, монументы, учреждения с выставочными образцами космической техники, музеи с экспозициями, отражающими вклад жителей города в освоение космоса. Вторая статья посвящена истории формирования «мест памяти», способам сохранения и трансляции историко-культурного наследия космонавтики в Краснодарском крае за последние шестьдесят лет. Особое внимание уделено традициям и новациям в популяризации знаний об истории покорения космоса и его локальных компонентах. Сделан вывод о роли «космической» коммеморации в формировании региональной идентичности.

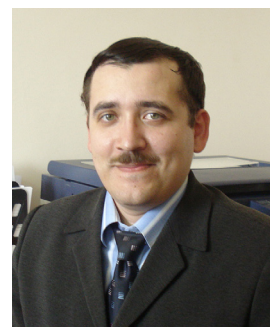
Образы космоса, предназначенные для советских детей, рассмотрены посредством анализа текстов и иллюстраций детских журналах «Мурзилка» и «Веселые картинки», издававшихся миллионными тиражами. Космическая тематика показана как значимый ресурс формирования у детей любви к Родине, гордости за ее достижения, трудолюбия.

Представленные в рубрике тексты, безусловно, вызовут интерес не только ученых, но и широкой аудитории.

Редактор специальной рубрики А. Н. Еремеева



ДИАНОВ Сергей Александрович
доктор исторических наук, доцент,
профессор кафедры государственного управления и истории
Пермского национального исследовательского
политехнического университета,
Пермь, Российская Федерация
Sergey A. DIANOV
Dr. Sci. (National History), Assoc. Prof.,
Perm National Research Polytechnic University,
Perm, Russian Federation,
sadianov@gmail.com
ORCID: 0000-0001-6536-6853



ДИАНОВА Юлия Викторовна
кандидат культурологии,
преподаватель Пермского строительного колледжа,
Пермь, Российская Федерация
Yuliya V. DIANOVA
Cand. Sci. (Theory and History of Culture),
Perm College of Construction,
Perm, Russian Federation,
julok1@mail.ru
ORCID: 0000-0001-8798-0993



УДК [711.424:339.138]:[629.78:725.94](470.53-25)
ГРНТИ 13.11.25
ВАК 24.00.01

DOI: 10.36343/SB.2021.26.2.001

Геокультурный брендинг современного города: «Пермь космическая»

Geocultural Branding of a Modern City: *The Cosmic Perm*

Представлено авторское видение одного из возможных вариантов реализации геокультурного брендинга Перми, актуализирующего тему «космического» наследия советской эпохи, прочно закрепившегося в визуально-эстетической среде города. Ее феноменальное ядро составляют официальная и неофициальная топонимика, городские легенды, места памяти, монументальная скульптура, малые архитектурные формы, тематические мозаики, барельефы и сграффито на фасадах зданий. Использована концепция геокультурного брендинга территорий и городов (Д. Н. Замятин) и теория креативного города (Ч. Лэндри). Проанализировано отражение темы освоения космоса в городском пространстве Перми. Изучены особенности закрепления этой темы в наименованиях улиц, облике объектов общественного и культурного назначения. Выделены имиджевые ресурсы, являющиеся концептуальными основаниями гео-

культурного бренда «Пермь космическая». Разработана геокультурная схема геобренда, отражающая статус различных имиджевых ресурсов в его структуре.

Ключевые слова: брендинг города, геокультурный брендинг, городская среда, культурные институции, космические улицы, космические образы, креативное действие.

Идейно-теоретические основы геокультурного брендинга городских поселений были заложены в научных трудах ярких представителей российской науки XX века. Общеизвестно, что выдающийся ученый И. М. Гревс разработал уникальную методику анализа природно-культурного потенциала больших и малых городов России [3]. Последовательность изучения взаимосвязей природного, социального и культурного элементов города была характерна для его ученика, видного представителя школы научного краеведения Н. П. Анциферова [1]. Взгляд на город как геокультурное целое отчетливо проявился в работах академика Д. С. Лихачева. Он полагал, что образ города складывается из исторической планировки его кварталов и улиц, рельефа местности, из привязки к природному ландшафту, транспортным коммуникациям [12, с. 554]. Существенный вклад в комплексное изучение городской культурной среды внес М. С. Каган, интерпретировавший ее как пространство опредмеченного духовного мира горожан, их вкусов и идеалов, мирозерцания и характера практических действий. Им было выделено четыре фактора, которые прямо влияли на динамику развития городской среды: географический и природный фактор, социальный статус города, архитектурный облик города, а также эстетическо-художественный фактор [9, с. 17].

В целом же в XX в. проблематика взаимовлияния пространства и культуры в процессе развития городской среды стала предметом специальных исследований ученых — географов, филологов, искусствоведов, историков, философов, экономистов.

В ранее опубликованных научных трудах была сформулирована авторская точка зрения о том, что в XXI в. произошло оформление нескольких основных подходов к брендингу города — маркетингового, социологического

и геокультурного [5] [6]. Не заостряя внимание в рамках данной статьи на маркетинговом и социологическом, кратко охарактеризуем сущностные аспекты геокультурного подхода. Его важной методологической составляющей выступает концепция геокультурного брендинга территорий и городов, разработанная доктором культурологии, гуманитарным географом Д. Н. Замятиным. Следует признать, что в этой концепции содержится оригинальный подход в переосмыслении культурологических идей И. М. Гревса, Н. П. Анциферова, Д. С. Лихачева, М. С. Кагана и др. В частности, это обнаруживается в первичности смыслового значения категорий «геокультура» и «геокультурный». «Любая территория, взятая в ее онтологической и феноменологической плоскости, может рассматриваться как определенная геокультура», — отмечает Д. Н. Замятин [8, с. 29]. Геокультурный брендинг — это проектно-сетевая деятельность, направленная на прикладное использование культуры территории (региональная идентичность, культурное наследие, архетипические географические образы, локальные мифы, культурные ландшафты) в целях формирования и продвижения социально значимого и аттрактивного территориального образа [7, с. 37]. Этот образ территории может быть сформирован как ее геокультурный бренд. При этом, как справедливо замечает Д. Н. Замятин, правильно проведенный геокультурный брендинг города решает главную задачу, суть которой заключается в реализации культурных, социальных, экономических инноваций, наиболее естественных и органичных для городской среды.

Следует отметить, что в ряде научных публикаций концепции геокультурного брендинга территорий и городов отводится несколько ограниченное применение, причем исключительно в рамках гуманитарной ге-

ографии [2, с. 82]. В свою очередь, выскажем мнение о необходимости разработки культурологической теории создания городских геокультурных брендов. Логично предположить, что концепция геокультурного брендинга территорий и городов может выступить в качестве методологического основания для этой теории. Кроме того, в культурологическом знании сегодня можно наблюдать устойчивый исследовательский фокус на проблематике моделирования креативного города, креативной городской среды [11]. Не будет преувеличением сказать, что модель креативного города может рассматриваться как один из эффективных модельных ориентиров в процессе разработки стратегии геокультурного брендинга современного города.

Важной составляющей стратегии геокультурного брендинга города выступает технология поэтапного развертывания его геокультурного потенциала. Так, на первом этапе городские сообщества выявляют перечень местных геокультурных ресурсов, определяя из них те, которые в процессе проектной деятельности могут стать имиджевыми. На втором этапе происходит апробация креативных действий с геокультурным ресурсом в городской среде. Заметим, что в это время отрабатываются творческие решения, приемы и методики, совокупным результатом которых является определение параметров будущей перспективной модели креативного города. Третий этап — непосредственно разработка стратегии геокультурного брендинга города и начало ее реализации. Четвертый этап — достижение промежуточных результатов в процессе становления модели креативного города. Пятый этап — презентация городом своей креативности в общероссийском и мировом масштабе.

В 2015 г. Д. Н. Замятин отмечал, что ни одна российская территория не имеет собственной стратегии геокультурного брендинга [7, с. 36]. Данное замечание относится и к городу Перми. Несмотря на богатое смыслами именование начало, через которое следовало бы развертывать геокультурный потенциал, этот город накануне своего 300-летия не имеет стратегии геокультурного брендинга. При этом в отличие от других уральских

городов у Перми имеется специфичное разнообразие геокультурных ресурсов, в числе которых пермский звериный стиль, пермская деревянная скульптура, пермский геологический период, пермское театральное искусство, пермские солеварни [5]. Заметим, что практические рекомендации по разработке и реализации стратегии геокультурного брендинга Перми на основе пермского звериного стиля содержатся в диссертационной работе Ю. В. Диановой [6]. Вместе с тем проинформировать запуск реальной эффективной стратегии геокультурного брендинга города возможно при условии активизации культуротворческой деятельности со стороны городских жителей и ее ресурсного обеспечения, которое вполне по силам местным бизнес-сообществам и властно-административным группам. В связи с этим деятельности по разработке альтернативных проектов стратегий геокультурного брендинга, нацеленных на создание в Перми перспективной модели креативного города, следует придать приоритетный статус.

В рамках данной статьи предлагается рассмотреть возможности проектирования стратегии геокультурного брендинга Перми, ядром которой определено «космическое» прошлое и настоящее города. В качестве ее источниковой базы выступают материальные и нематериальные объекты городской среды, символично отражающие выдающиеся достижения отечественной космонавтики: произведения монументального искусства, малые архитектурные формы, мозаики и барельефы, музейные экспозиции, городские легенды, названия улиц, бульваров. Исторические свидетельства пребывания космонавтов в городе Перми приведены на основе справочных материалов Пермского государственного архива социально-политической истории [10]. Специальных исследований, посвященных брендингу Перми в русле «космической» проблематики, на момент написания статьи не было обнаружено. Отдельные сюжеты космической истории города и ее преломления в произведениях искусства можно видеть в публикациях Ю. А. Демидовой и Л. В. Сосновских [4], С. П. Парамоновой [14], Н. О. Устькачкинцева [16], С. Л. Федотовой [17].

Сегодня немногие горожане могут припомнить факты из космической истории Перми. Вместе с тем уже во второй половине 1950-х гг. на предприятиях города начались первые экспериментальные работы по ракетно-космическому профилю. В следующем десятилетии Пермь вошла в число основных площадок производства ракетных двигателей для космической отрасли. На 19 предприятиях города было освоено производство двигателя РД-214 баллистической ракеты Р-12 и ракеты-носителя «Космос» [17]. Ракеты с пермскими двигателями вывели в космос свыше 300 аппаратов, в числе которых были орбитальные станции «Салют», станция «Мир» и платформы «Луноход». Территория пермского региона стала местом приземления космических аппаратов. Всемирную известность получило событие 25 марта 1961 г., когда космический корабль «Восток» с собакой Звездочкой и манекеном космонавта на борту, сделав виток вокруг Земли, благополучно приземлился в Чайковском районе. Четыре года спустя участники знаменитой космической эпопеи по выходу первого в мире человека в открытый космос — советские космонавты Павел Беляев и Алексей Леонов — совершили посадку на космическом корабле «Восход-2» на границе Усольского и Соликамского районов, в 30 км от города Березники. Кстати, активное участие в поисковой операции принял и председатель Пермского облисполкома Б. В. Коноплев. 21 марта 1965 г. космонавтов доставили в Пермь, в аэропорт «Большое Са-

вино». Через несколько лет, в марте 1968 г., Павел Беляев и Алексей Леонов посетили Пермь с официальным визитом, в ходе которого им были вручены ленты и удостоверения Почетных граждан города [10].

Эти события стали отправной точкой в закреплении в городской геокультуре Перми космической темы. 20 апреля 1961 г. Пермский городской Совет депутатов трудящихся постановил переименовать улицу Трамплинную в бульвар Гагарина, а 25 марта 1965 г. было решено переименовать еще три городские улицы: ул. Ишибаевскую — в ул. Космонавта Беляева, ул. Таллинскую — в ул. Космонавта Леонова, а Казанский тракт — в Шоссе Космонавтов. В 1972 г. на правом берегу реки Камы, в микрорайоне Комплекс ПГТУ, появилась ул. Академика Королева. В настоящее время здесь располагается учебный корпус Аэрокосмического факультета Пермского национального исследовательского политехнического университета. На «космических» улицах открывались культурные учреждения. Так 12 апреля 1968 г. на бульваре Гагарина был открыт Пермский планетарий, купол которого и сегодня признается одним из символов города [4]. В октябре 1970 г. в Индустриальном районе Перми, вблизи улицы Космонавта Беляева, был введен в эксплуатацию Дворец культуры имени Ю. А. Гагарина. В 1975 г. это здание украсил горельеф «Космос» и скульптура «Парящий Икар», выполненные пермским художником-монументалистом Р. Ш. Багаутдиновым (Рис. 1; Рис. 2). «В скульптуре “Парящий Икар” присутствуют черты народности, выражающиеся наличием понятных для людей символов, — отмечает Н. О. Устькачкинцев. — На переднем плане мы видим фигуру Икара, расправившего в стороны руки. На заднем плане находится полусфера, которая изображает планету Земля, то есть Икар возвышается над ней. Выбор материала, хромированная сталь,



Рис. 1. Дворец культуры имени Ю. А. Гагарина. Фото Ю. В. Диановой, 2021
Fig. 1. Yuri Gagarin Palace of Culture. Photo by Yu. V. Dianova. 2021

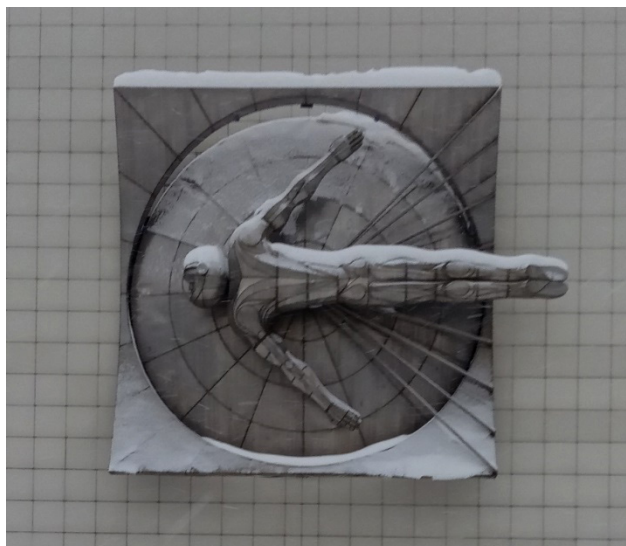


Рис. 2. Скульптура «Парящий Икар».
Фото Ю. В. Диановой, 2021
Fig. 2. Sculpture Soaring Icarus.
Photo by Yu. V. Dianova. 2021



Рис. 4. Бюст Ю. А. Гагарину. Фото Ю. В. Диановой, 2021
Fig. 4. Bust of Yu. A. Gagarin. Photo by Yu. V. Dianova. 2021

из которого сделана скульптура, также был неслучайным. Цвет хрома носит коннотации, связанные с будущим, с прогрессом и новой космической эрой» [16, с. 48].

В 1960–1970-е гг. в городе появлялись тематические памятники и стелы. Самая известная и любимая горожанами стела — «Покорители космоса», реконструкция которой была произведена в 2008 г. ОАО «Протон-ПМ» (Рис. 3). В 1976 г. в Мотовилихинском районе был открыт Музей истории завода имени

В.И. Ленина (Музей пермской артиллерии). В экспозицию, размещенную на открытой площадке, вошли образцы баллистической ракеты Р-12 и межконтинентальной баллистической ракеты РС-12. Одним из последних значимых событий стало открытие в апреле 2014 г. городского сквера имени Ю. А. Гагарина, в котором 2 октября этого же года был установлен бюст первому космонавту планеты (Рис. 4).

Визуально-эстетический облик Перми второй половины XX в. органично дополняли «космические» образы, запечатленные в уличной среде на фасадах зданий (мозаики, барельефы, сграффито). В качестве примера можно привести панно из мозаики «Комсомол в решающие моменты истории», выполненное художником В. Голубевым в 1978 г. на фасаде жилого здания (Комсомольский проспект, д. 67), расположенного в центре Перми (Рис. 5; Рис. 6). До наших



Рис. 3. Стела «Покорители космоса». Фото Ю. В. Диановой, 2021
Fig. 3. Stele Conquerors of Space. Photo by Yu. V. Dianova. 2021



Рис. 5. Вид с Комсомольской площади. Фото Ю. В. Диановой, 2021
Fig. 5. View from Komsomolskaya Square. Photo by Yu. V. Dianova. 2021

дней сохранились далеко не все произведения монументально-декоративного искусства советской эпохи.

«Для каждого города может быть найдена своя форма креативности, которая уни-



Рис. 6. Панно «Комсомол в решающие моменты истории». Фото Ю. В. Диановой, 2021
Fig. 6. Panel Komsomol at Decisive Moments in History. Photo by Yu. V. Dianova. 2021

кальна. Сама природа города поспособствует развитию креативности, которая обусловлена как имеющимися в нем нишами, так и гибридными идеями, возникающими на этой основе», — подчеркивает британский урбанист Ч. Лэндри [13, с. 47]. Исходя из вышесказанного, представим авторский проект геокультурного бренда «Пермь космическая», который целесообразно использовать при реализации перспективной стратегии геокультурного брендинга Перми.

Перечислим имиджевые ресурсы, составляющие концептуальное основание геокультурного бренда:

- «космические» улицы Перми;
- учреждения культуры (Пермский планетарий, Дворец культуры имени Ю. А. Гагарина и др.);
- тематические памятники и стелы;
- произведения монументально-декоративного искусства на тему «Космос»;
- тематические музейные экспозиции (например, музей «История авиации и космонавтики Пермского края», Пермский авиационный техникум имени А. Д. Швецова);
- продукты творчества мастеров стрит-арта (например, работы А. И. Жунева).
- выставочные образцы ракетно-космической техники трех ведущих предприятий города — ПАО «Протон-ПМ», НПО «Искра», АО ПЗ «Машиностроитель».

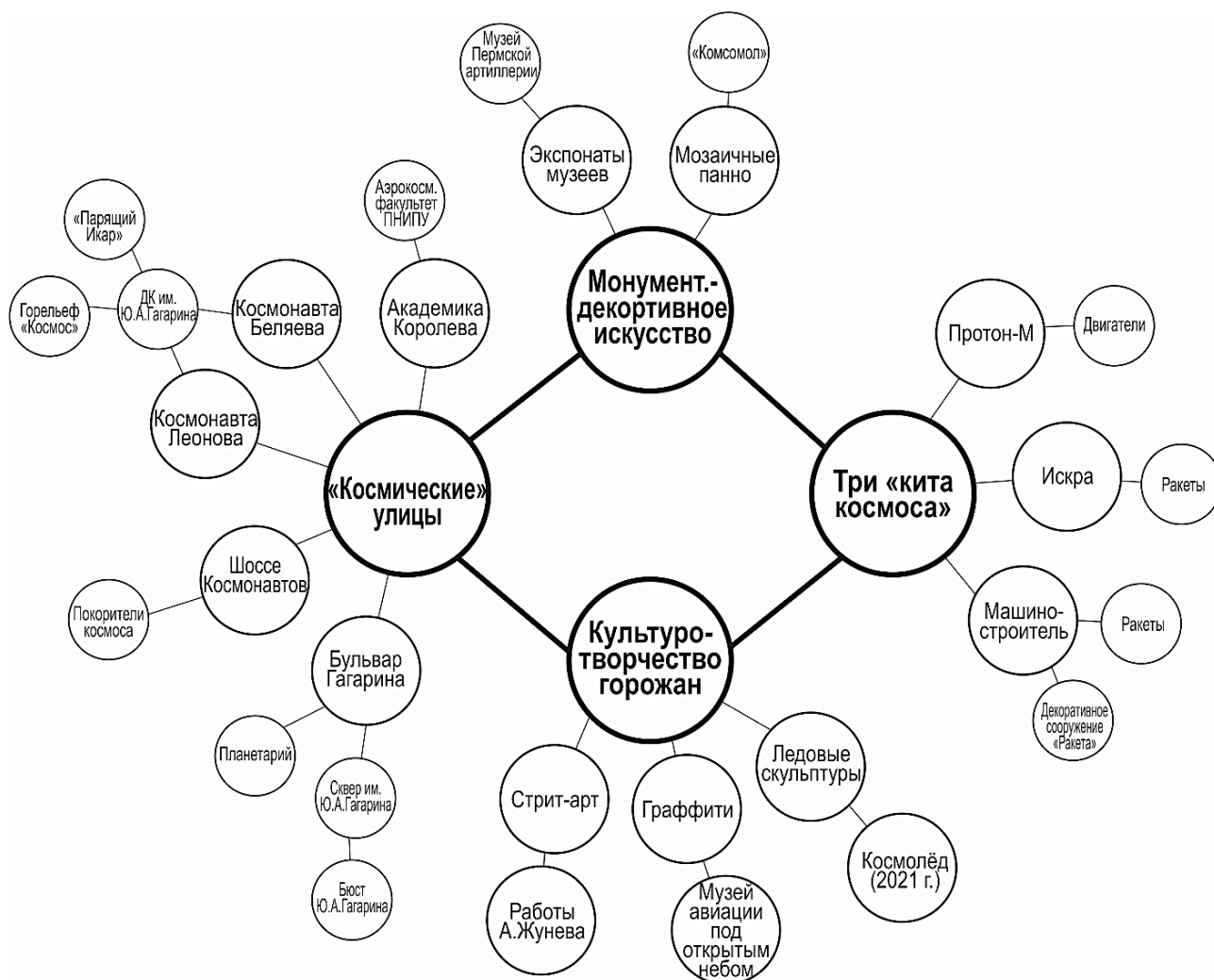


Рис. 7. Геокультурная схема геобренда «Пермь Космическая»
 Fig. 7. Geocultural scheme of the Cosmic Perm geobrand

Обобщим данные имиджевые ресурсы в авторской геокультурной схеме, которая иллюстрирует их место в проекте геокультурного бренда «Пермь космическая» (Рис. 7).

Поддержать геокультурный бренд «Пермь космическая» поможет обращение к ресурсной базе таких образовательных и культурных институций города, как:

- образовательные организации технического профиля (Пермский национальный исследовательский политехнический университет, Пермский авиационный техникум имени А. Д. Швецова и др.);

- библиотечные и музейные организации;

- общественные организации, краеведческие центры и городские клубы.

Выделим несколько приоритетных задач, которые необходимо решить в процессе реализации стратегии геокультурного брендинга Перми:

- 1) создание в городе креативных площадок (сцен) для культуросозидательной деятельности городских жителей, их творческих групп;

- 2) возведение в уличной среде и парковых зонах Перми новых тематических скульптурных композиций, малых архитектурных форм (например, добродушно-юмористические образы «куклы-космонавта», образцы ракетно-космической техники из разных материалов — дерева, стекла, гипса, пенопласта и др.);

- 3) развитие креативного визуально-эстетического облика Перми в соответствии

с художественным концептом геокультурного бренда «Пермь космическая» (например, стилевое оформление скамеек, рекламных конструкций, фасадов общественных зданий и жилых домов, тематическая праздничная уличная подсветка);

4) создание и развитие туристического кластера «Пермь космическая» (туристические маршруты, экскурсионные программы).

Необходимым представляется сохранение «космического» наследия советской эпохи. Особенно значимым видится процесс просветительской деятельности, донесение важности геокультурного брендинга города до молодых жителей Перми как самой активной и мобильной категории горожан.

Таким образом, в геокультурном бренде «Пермь космическая» действительно возможно сочетать «космическое» советское прошлое и настоящее города. При этом при разработке стратегии не следует ограничиваться ис-

ключительно целями «содействия развитию внутреннего познавательного и событийного туризма в Пермском крае» и «популяризации истории и развития космоса в России», как это было заявлено в социальном проекте «Пермский космос», кстати, поддержанного Фондом президентских грантов [15]. Здесь вполне уместно процитировать мнение Ч. Лэндри: «Культурные стратегии, которые мы предлагали городам, были направлены на решение сложных проблем. Успех или провал стратегий в меньшей степени зависел от материальных активов города, и в большей — от идей и подходов к решению проблем» [13, с. 47]. У Перми достаточно ресурсов для вхождения в пятерку комфортных и креативных городов России. Однако без ставки на полезные культуротворческие практики городских жителей по раскрытию геокультурного потенциала Перми осуществить такой масштабный прорыв не представляется возможным.

Sergey A. DIANOV

Dr. Sci. (National History), Assoc. Prof.,
Perm National Research Polytechnic University,
Perm, Russian Federation,
sadianov@gmail.com

Yuliya V. DIANOVA

Cand. Sci. (Theory and History of Culture),
Perm College of Construction,
Perm, Russian Federation,
julok1@mail.ru

Geocultural Branding of a Modern City: The Cosmic Perm

Abstract. For several years, the authors have been developing possible options for a geocultural branding strategy for Perm. The aim of the study is to develop one of the possible concepts for the implementation of the geocultural branding of Perm, the core of which is the “cosmic” past and present of the city. The theme of the cultural heritage of the Soviet era, associated with the exploration of outer space, is an immanent part of the city’s visual and aesthetic environment. Its phenomenal core is made up of official and unofficial toponymy (“cosmic” names of city streets, boulevards), urban legends and traditions, places of memory, monumental sculpture, small architectural forms, thematic mosaics, bas-reliefs and sgraffitos on the facades of city buildings. The analysis uses the concept of geocultural branding of territories and cities by the Russian scientist Dmitry Zamyatin, as well as the theory of a creative city by the British researcher Charles Landry. The city’s image passport, which constitutes the general conceptual basis of the *Cosmic Perm* geocultural brand, includes: cosmic names of city streets (Shosse Kosmonavtov [Cosmonauts’ Highway], Ulitsa Kosmonavta Leonova [Cosmonaut Leonov Street], Ulitsa Kosmonavta Belyaeva [Cosmonaut Belyaev Street], Ulitsa Akademika Koroleva [Academician Korolev Street], Bul’var Gagarina [Gagarin Boulevard]), monuments and steles (monument to Yu A. Gagarin),

the historically first planetarium in the Urals region, exhibition samples of rocket space technology of the city's large enterprises, unique museum expositions (Museum of Perm Artillery, Museum of the History of Cosmonautics of the Perm Aviation College named after A.D. Shvetsov), products of street artists. For the first time, the article presents the geocultural scheme *Cosmic Perm*, which reflects these resources. On the eve of its anniversary (2023), Perm has unique opportunities to launch mechanisms for the implementation of a holistic strategy of geocultural development. It is noted that Perm has enough image resources to enter the top five comfortable and creative cities in Russia. It is possible to launch a real effective strategy for the geocultural branding of a city, provided that cultural and creative activities by city residents and its resource provision are activated, which is quite within the ability of local business communities and power groups. One must not forget about the potential risks of the practical implementation of the *Cosmic Perm* geocultural brand. The authors emphasize that local authorities should not prioritize only the goals of promoting the development of domestic educational and event tourism in Perm Krai.

Keywords: city branding, geocultural branding, urban environment, cultural institutions, cosmic streets, cosmic images, creative action.

Использованная литература:

1. Анциферов Н. П. Пути изучения города как социального организма. Опыт комплексного подхода. 2-е изд., испр. и доп. Л.: Сеятель, 1926.
2. Вирт Ю. В., Бабич И. Л. Культура и пространство: географические образы в позиционировании территориальных брендов (на примере Юга России и Швейцарии) [Электронный ресурс] // Наследие веков. 2019. № 2. С. 81–94. URL: http://heritage-magazine.com/wp-content/uploads/2019/06/2019_2_Wirth_Babich.pdf (дата обращения: 06.03.2021).
3. Гревс И. М. Монументальный город и исторические экскурсии (Основная идея образовательных путешествий по крупным центрам культуры). Петроград: Гос. тип., 1921. С. 1–14.
4. Демидова Н. Ю., Сосновских Л. В. Проблемы реконструкции пермского планетария // Современные технологии в строительстве. Теория и практика. 2018. Т. 1. С. 474–481.
5. Дианов С. А., Дианова Ю. В. Семантические образы «пермского» стиля в городской общественной и жилой среде // Манускрипт. 2018. № 9 (95). С. 123–127.
6. Дианова Ю. В. Стратегия геокультурного брендинга города: креативный потенциал пермского звериного стиля: автореф... канд. культурологии. Саранск, 2020.
7. Замятин Д. Н. Геокультурная региональная политика и геокультурный брендинг территории: концептуальные схемы исследования // Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы: материалы междунар. науч.-практ. конф. (г. Екатеринбург, 24 апреля 2015 г.). Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. С. 29–39.
8. Замятин Д. Н. Геокультурный брендинг городов и территорий: от теории к практике. Книга для тех, кто хочет проектировать и творить другие пространства. СПб.: Алетей, 2020.
9. Каган М. С. Культура города и пути ее изучения // Город и культура: сб. науч. тр. СПб.: С.-Петерб. гос. ин-т культуры им. Н. К. Крупской, 1992. С. 15–34.

References:

1. Antsiferov, N.P. (1926) *Puti izucheniya goroda kak sotsial'nogo organizma. Opyt kompleksnogo podkhoda* [Ways of Studying the City as a Social Organism. Experience of an Integrated Approach]. 2nd ed. Leningrad: Seyatel'.
2. Virt, Yu.V. & Babich, I.L. (2019) Culture and Space: Geographical Images in the Positioning of Territorial Brands (On the Example of the South of Russia and Switzerland). *Nasledie vekov – Heritage of Centuries*. 2. pp. 81–94. [Online] Available from: http://heritage-magazine.com/wp-content/uploads/2019/06/2019_2_Wirth_Babich.pdf (Accessed: 06.03.2021).
3. Grevs, I.M. (1921) *Monumental'nyy gorod i istoricheskie ekskursii (Osnovnaya ideya obrazovatel'nykh puteshestviy po krupnym tsentram kul'tury)* [Monumental City and Historical Excursions (The Main Idea of Educational Trips to Major Cultural Centers)]. Petrograd: Gos. tip. pp. 1–14.
4. Demidova, N.Yu. & Sosnovskikh, L.V. (2018) Problems of Reconstruction of the Perm Planetarium. *Sovremennye tekhnologii v stroitel'stve. Teoriya i praktika*. 1. pp. 474–481. (In Russian).
5. Dianov, S.A. & Dianova, Yu.V. (2018) Semantic Images of "Perm" Style in Urban Public and Residential Environment. *Manuskript – Manuscript*. 9 (95). pp. 123–127. (In Russian). DOI: 10.30853/manuskript.2018-9.27
6. Dianova, Yu.V. (2020) *Strategiya geokul'turnogo brendinga goroda: kreativnyy potentsial permskogo zverinogo stilya* [The Strategy of a Geocultural Branding of the City: The Creative Potential of the Perm Animal Style]. Abstract of Culturology Cand. Diss. Saransk.
7. Zamyatin, D.N. (2015) [Geocultural Regional Policy and Geocultural Branding of the Territory: Conceptual Research Schemes]. *Brending malykh i srednikh gorodov Rossii: opyt, problemy, perspektivy* [Branding of Small and Medium-Sized Cities of Russia: Experience, Problems, Prospects]. Conference Proceedings. Yekaterinburg. 24 April 2015. Yekaterinburg: Ural State University. pp. 29–39. (In Russian).
8. Zamyatin, D.N. (2020) *Geokul'turnyy brending gorodov i territoriy: ot teorii k praktike. Kniga dlya tekhn, kto*

10. Космонавты П. И. Беляев и А. А. Леонов в Прикамье: справочные материалы [Электронный ресурс] // Пермский государственный архив социально-политической истории (ПГАСПИ). URL: <https://www.permgaspi.ru/deyatelnost/vystavki/dokumenty-permgaspi-po-istorii-otechestvennoj-kosmonavtiki/kosmonavty-p-i-belyaev-i-a-a-leonov-v-prikame.html> (дата обращения: 07.03.2021).
11. Ладыгина Т. А., Беляева М. А. Город земских традиций: в поисках уникального образа уральского города // Вестник культуры и искусств. 2019. № 1 (57). С. 62–72.
12. Лихачев Д. С. Раздумья о России. СПб.: LOGOS, 2001.
13. Лэндри Ч. Креативный город / Пер. с англ. В. Гнедовского, М. Хрусталева. М.: Классика — XXI век, 2011.
14. Парамонова С. П. Отношение молодежи Пермского края к проблемам освоения космоса (данные опроса студентов и их суждения) // Социум и власть. 2013. № 4 (42). С. 36–41.
15. Социальный проект «Пермский космос» [Электронный ресурс] // Фонд президентских грантов. URL: <https://президентскиегранты.рф/public/application/item?id=20965AEE-A8B8-4AD0-9DAD-A257EAA3F7EC> (дата обращения: 07.03.2021).
16. Устькачкинцев Н. О. Темы монументальной скульптуры Перми 1960–1980-х годов // Материалы V Всерос. науч.-практ. конф. «Диалоги о культуре и искусстве», посвящ. 40-летию со дня основания Пермского гос. ин-та культуры. Пермь: Пермский гос. ин-т культуры, 2015. С. 45–53.
17. Федотова С. Л. Пермь: ракеты и секретность [Электронный ресурс] // Новый компаньон. URL: <https://www.newsko.ru/articles/nk-3025081.html> (дата обращения: 06.03.2021).
9. Kagan, M.S. (1992) *Kul'tura goroda i puti ee izucheniya* [Culture of the City and the Ways of Its Study]. In: *Gorod i kul'tura* [City and Culture]. St. Petersburg: St. Petersburg State Institute of Culture. pp. 15–34.
10. Perm State Archive of Socio-Political History (PGASPI). (2021) *Kosmonavty P. I. Belyaev i A. A. Leonov v Prikam'e: spravochnye materialy* [Cosmonauts P.I. Belyaev and A.A. Leonov in the Kama Region: Reference Materials]. [Online] Available from: <https://www.permgaspi.ru/deyatelnost/vystavki/dokumenty-permgaspi-po-istorii-otechestvennoj-kosmonavtiki/kosmonavty-p-i-belyaev-i-a-a-leonov-v-prikame.html> (Accessed: 07.03.2021).
11. Ladygina, T.A. & Belyaeva, M.A. (2019) *City of Zemsky Traditions: in Search of a Unique Image of the Ural City. Vestnik kul'tury i iskusstv – Culture and Arts Herald*. 1 (57). pp. 62–72. (In Russian).
12. Likhachev, D.S. (2001) *Razdum'ya o Rossii* [Reflections about Russia]. St. Petersburg: LOGOS.
13. Landry, C. (2011) *Kreativnyy gorod* [The Creative City]. Translated from English by V. Gnedovskiy, M. Khrustaleva. Moscow: Klassika – XXI vek.
14. Paramonova, S.P. (2013) *Perm Krai Youth's Opinion on Space Exploration (Students Survey and Opinions). Sotsium i vlast' – Society and Power*. 4 (42). pp. 36–41. (In Russian).
15. Fond prezidentskikh grantov [Presidential Grants Foundation]. (2020) *Sotsial'nyy proekt "Permskiy kosmos"* [Social Project "Perm Space"]. [Online] Available from: <https://xn--80afcdbalict6afooklqi5o.xn--p1ai/public/application/item?id=20965AEE-A8B8-4AD0-9DAD-A257EAA3F7EC> (Accessed: 07.03.2021).
16. Ust'kachintsev, N.O. (2015) [Themes of the Monumental Sculpture of Perm of the 1960s–1980s]. *Dialogi o kul'ture i iskusstve* [Dialogues about Culture and Art]. Conference Proceedings. Perm: Perm State Institute of Culture. pp. 45–53. (In Russian).
17. Fedotova, S.L. (2021) *Perm': rakety i sekretnost'* [Perm: Rockets and Secrecy]. *Novyy kompan'on*. [Online] Available from: <https://www.newsko.ru/articles/nk-3025081.html> (Accessed: 06.03.2021).

Полная библиографическая ссылка на статью:

Дианов, С. А. Геокультурный брендинг современного города: «Пермь космическая» / С. А. Дианов, Ю. В. Дианова // Наследие веков. – 2021. – №2. – С. 13–23. DOI: 10.36343/SB.2021.26.2.001

Full bibliographic reference to the article:

Dianov S. A., Dianova, Y. V. (2021) Geocultural Branding of a Modern City: *Cosmic Perm. Nasledie vekov – Heritage of Centuries*. 2. pp. 13–23. (In Russian). DOI: 10.36343/SB.2021.26.2.001