



ПРОЕКТ «РОК-НА-ИСЕТИ» КАК МЕХАНИЗМ РЕКОНСТРУКЦИИ ЛОКАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ: ОТ АНДЕГРАУНДА К ГОРОДСКОМУ БРЕНДУ

Хисамутдинов Р. Е.¹, Цесевиичене О. А.², Натейкина Д. Д.²

¹ Муниципальное объединение библиотек города Екатеринбурга (Россия, Екатеринбург)

² Екатеринбургская академия современного искусства (Россия, Екатеринбург)

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена анализу проекта «Рок-на-Исети» как механизма реконструкции локальной идентичности и трансформации субкультурного наследия в элемент территориального бренда. Актуальность исследования обусловлена поиском городами новых ресурсов для самоидентификации в условиях культурной глобализации, где исторические культурные явления могут стать основой для устойчивого развития территории. В современной урбанистике всё более востребованным становится обращение к нематериальному наследию, способному конкурировать с глобальными стандартизированными форматами досуга. В этом контексте рок-культура, долгое время воспринимавшаяся как маргинальная или андеграундная, неожиданно обнаруживает высокий потенциал для формирования уникальной идентичности города. На примере наследия Свердловского рок-клуба рассматривается процесс его институционализации в рамках муниципальной культурной политики Екатеринбурга. Авторы показывают, как локальная музыкальная традиция, связанная с именами ключевых представителей уральского рока, переходит из разряда локальных воспоминаний в статус официально признанного актива территории. Эмпирическую базу составили материалы проекта, включая программы мероприятий, контент социальных сетей, медиапродукты и визуальные решения сформированной айдентики (логотип, фирменный стиль, брендбук, маскот «Рок-рысь»). Методология исследования основана на кейс-стади и качественном контент-анализе, что позволяет зафиксировать не только декларируемые цели, но и реальные практики взаимодействия с аудиторией. В результате выявлены ключевые механизмы трансформации: смена роли библиотек с пассивного хранения на активное культурное продюсирование, создание цифрового нарратива о рок-наследии и разработка современного визуального языка, адаптирующего исторические смыслы для новой аудитории. Отдельное внимание уделено тому, как проект преодолевает разрыв между поколенческими восприятиями рока – от участников оригинальной сцены до молодых горожан, для которых андеграунд 1980–1990-х становится уже историей. В статье обосновывается, что проект «Рок-на-Исети» переводит память об андеграунде в формат публичного культурного ресурса, укрепляющего локальную идентичность и символический капитал города. В заключение обозначены риски подобных трансформаций (музеефикация, коммерциализация, потеря аутентичности при институциональной поддержке) и перспективы дальнейшего изучения роли культурных институций в брендинге территорий. Авторы приходят к выводу, что успешность подобных проектов зависит от способности сохранять баланс между наследием и инновацией, не превращая живую культуру в сувенирный продукт.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: локальная идентичность, территориальный брендинг, культурная память, рок-культура, Свердловский рок-клуб, андеграунд, Екатеринбург, библиотека, символический капитал, визуальная айдентика

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ: Хисамутдинов Р. Е., Цесевиичене О. А., Натейкина Д. Д. (2026). Проект «Рок-на-Исети» как механизм реконструкции локальной идентичности: от андеграунда к городскому бренду. *Управление культурой*, 5(2), 42–51. <https://doi.org/10.70202/2949-074X-2026-5-2-42-51>

Статья поступила: 08.03.2026; принята: 24.04.2026; опубликована: 16.05.2026.

© Хисамутдинов Р. Е., Цесевиичене О. А., Натейкина Д. Д., 2026

Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which allows to share the article (copy and redistribute it) and to adapt the article (remix, transform, and build upon it) in any medium or format for any purpose, even commercially, as long as you give appropriate credit, provide a link to the Creative Commons license, and indicate if changes were made.



THE ROCK-ON-ISET PROJECT AS A MECHANISM FOR RECONSTRUCTING LOCAL IDENTITY: FROM UNDERGROUND TO URBAN BRAND

Hisamutdinov R. E.¹, Tsesevichene O. A.², Nateykina D. D.²

¹ Municipal Association of Libraries of the City of Ekaterinburg (Ekaterinburg, Russian Federation)

² Ekaterinburg Academy of Contemporary Art (Ekaterinburg, Russian Federation)

ABSTRACT

This article analyzes the Rock-on-Iset Project as a mechanism for reconstructing local identity and transforming subcultural heritage into a territorial brand. The relevance of this study stems from cities' search for new resources for self-identification in the context of cultural globalization, where historical cultural phenomena can become the foundation for sustainable territorial development. In contemporary urban planning, intangible heritage, capable of competing with globally standardized leisure formats, is increasingly in demand. In this context, rock culture, long perceived as marginal or underground, unexpectedly reveals significant potential for shaping a unique urban identity. Using the legacy of the Sverdlovsk Rock Club as an example, the process of its institutionalization within the framework of Yekaterinburg's municipal cultural policy is examined. The authors demonstrate how a local musical tradition associated with the names of key figures of Ural rock is moving from the realm of local memories to the status of an officially recognized asset of the region. The empirical base was comprised of project materials, including event programs, social media content, media products, and visual solutions for the established identity (logo, corporate identity, brand book, and the Rock-Lynx mascot). The research methodology is based on case studies and qualitative content analysis, allowing us to capture not only the stated goals but also the actual practices of audience engagement. As a result, key transformation mechanisms were identified: the shift in the role of libraries from passive storage to active cultural production, the creation of a digital narrative about rock heritage, and the development of a contemporary visual language that adapts historical meanings for a new audience. Particular attention is paid to how the project bridges the generational gap in rock perceptions—from the original scene participants to young urbanites for whom the underground of the 1980s and 1990s is becoming history. The article argues that the Rock-on-Iset Project transforms underground memory into a public cultural resource, strengthening the city's local identity and symbolic capital. The article concludes by outlining the risks of such transformations (museumification, commercialization, and loss of authenticity amid institutional support) and prospects for further study of the role of cultural institutions in territorial branding. The authors conclude that the success of such projects depends on the ability to maintain a balance between heritage and innovation, without turning living culture into a souvenir product.

KEYWORDS: local identity, territorial branding, cultural memory, rock culture, Sverdlovsk Rock Club, underground, Ekaterinburg, library, symbolic capital, visual identity

FOR CITATION: Hisamutdinov, R. E., Tsesevichene, O. A., & Nateykina, D. D. (2026). The Rock-on-Iset Project as a Mechanism for Reconstructing Local Identity: From Underground to Urban Brand. *Managing of Culture*, 5(2), 42–51. <https://doi.org/10.70202/2949-074X-2026-5-2-42-51>

Article received: 03/08/2026; accepted: 04/24/2026; published: 05/16/2026.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях культурной глобализации локальные сообщества сталкиваются с двойным вызовом: с одной стороны, усиливается давление унифицированных медиаформатов и глобальных культурных кодов, с другой – возрастает потребность в артикуляции собственной идентичности как ресурса устойчивого развития территории. Музыкальные жанры нередко служат инструментами локального самоописания и символического позиционирования города – так, как это произошло с традиционным джазом в Новом Орлеане, британским инди-роком

в Манчестере и фаду в Лиссабоне. Во всех этих случаях жанры сформировались как уникальные музыкальные стили и сегодня воспринимаются как неотъемлемая часть культурной идентичности соответствующих городов. Рок-музыка в этом контексте показывает, как явление может пройти путь от молодежного андеграунда до инструмента культурной политики и территориального бренда. Это подтверждает выводы специалиста по брендингу территорий Саймона Анхольта, который выделил музыку как один из каналов коммуникации [1; с. 66].

Настоящая статья посвящена анализу проекта «Рок-на-Исети» как механизма реконструкции локальной идентичности: от андеграунда к городскому бренду. Проект реализуется Муниципальным объединением библиотек города Екатеринбурга и приурочен к 40-летию Свердловского рок-клуба и Году уральского рока. В фокусе исследования – процессы актуализации наследия рок-клуба через просветительские мероприятия, книжные выставки, медиапроекты и комплекс визуальных решений, разработанных в сотрудничестве с Екатеринбургской академией современного искусства.

Проблема исследования формулируется следующим образом: каким образом историческое культурное явление трансформируется в общедоступный культурный код настоящего и становится инструментом формирования городской идентичности? Иначе говоря, как происходит переход от памяти о рок-клубе как феномене андеграунда к его институционализации в рамках муниципальной культурной политики и брендинга территории?

Проект «Рок-на-Исети» демонстрирует, что реконструкция локальной идентичности осуществляется не через механическое воспроизведение ностальгического нарратива, а через создание новых форм коммуникации. Библиотека в данном случае выступает не только хранителем архивов, но и медиатором смыслов, превращаясь в динамичное публичное пространство. Старт проекта был дан показом документального фильма «Большой Советский рок: между андеграундом и филармонией» и дискуссией с авторами, что задавало исследовательскую рамку – осмысление рока как культурного феномена на пересечении искусства, социума и институций.

Мультиформатность проекта проявляется в сочетании офлайн- и онлайн-активностей: тематические выставки, лекции музыковедов и культурологов (рис.1), встречи с музыкантами, медиарубрики и книжные обзоры в социальной сети ВКонтакте. В цифровом пространстве формируется серия видеоматериалов, включая презентацию издания «Рок-н-арт. Урал»



© Фото: Хисамутдинов Р., 2026

Источник: Архив МБУК МОБ

Рис. 1. Лекция экскурсовода Светланы Толмачевой.

художником Александром Коротичем, а также рубрику «Краткая история уральского рока», ориентированную на молодую аудиторию. Тем самым наследие рок-клуба переводится в формат доступного и тиражируемого культурного знания.

Особое значение имеет разработка фирменного стиля проекта, включая создание маскота «Рок-рысь» и брендбука, что переводит культурную память в сферу визуальной айдентики. Визуальный язык, созданный студентами Екатеринбургской академии современного искусства под руководством преподавателей-кураторов, обеспечивает узнаваемость и символическую целостность проекта, усиливая его брендинговый потенциал. Таким образом, рок-наследие получает современную форму, интегрированную в коммуникационную стратегию города.

Цель статьи – выявить механизмы, посредством которых проект «Рок-на-Исети» трансформирует наследие Свердловского рок-клуба в актуальный культурный ресурс, способствующий формированию городской идентичности и укреплению территориального бренда. Реализация данной цели предполагает анализ институциональных, медийных и визуальных инструментов, обеспечивающих переход от субкультурного феномена к признанному элементу публичной культурной политики.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Проблема локальной идентичности в культурных исследованиях связана с конструированием социально-культурных смыслов, в которых прошлое, память и символы сообщества становятся основой коллективного самосознания. Территориальная или локальная идентичность – это форма самосознания группы, отражающая переживание принадлежности к определённому месту и его культурным практикам, а также связь с историей, традициями и коллективной памятью. Такое ощущение «места» формируется под влиянием исторических «сюжетов», культурных практик и символов, которые сообщество видит как часть своей самобытности и устойчивого образа жизни.

В основе понимания локальной идентичности лежит концепция символического капитала, развиваемая в социокультурных науках. Символический капитал – это не просто культурные ценности, но и накопленные значимые символы, знаки, традиции и нарративы, которые наполняют сообщество смыслом [2, с. 27]. В аналитике территориального брендинга выделяется, что успешное брендирование территории опирается на способность региона трансформировать свои культурные ресурсы (исторические, художественные, субкультурные) в узнаваемый символический капитал, усиливая привлекательность территории для внешних аудиторий и укрепляя внутреннее чувство причастности.

Культурная память, как ключевой компонент коллективной идентичности, выступает механизмом связи

поколений через воспоминания, повествования и репрезентации прошлого. Память функционирует как социальный ресурс: она не только сохраняет знания об исторических событиях, но и формирует основу для коллективного осмысления и самоидентификации. Встраивание в институты культурной памяти предполагает, что элементы прошлого становятся объектами структурированной репрезентации – через музеи, публичные программы, медиа и культурные проекты. Эти практики делают память доступной и «работоспособной» в рамках культурной политики, формируя устойчивые символы, которые сообщество воспринимает как часть своего культурного кода.

Территориальный брендинг в академической литературе рассматривается как практическая стратегия объединения культурного наследия, символического капитала и экономических интересов, поэтому регионы, занимающиеся продвижением бренда территории или туристской дестинации, стремятся вовлечь в свою орбиту местных производителей товаров, способствующих сохранению традиционной культуры и использующих культурные и этнические коды в продукции креативных индустрий [3, с. 38]. Брендинг территории опирается на «строительные материалы» прошлого и настоящего, объединяя культурные особенности, художественные формы и устойчивые символы в когерентный образ.

Рок-культура как объект культурной политики находится на пересечении этих теоретических парадигм. В музыкальных исследованиях выделяется, что популярные жанры могут выступать мощными генераторами символического капитала: они обладают собственной эстетикой, историей и сообществами, которые со временем становятся частью культурного наследия. Так, подобные процессы применительно к ленинградской рок-культуре осмысляются в статье А. С. Колесник [4]. «Уральский рок» несет богатый символический потенциал, который можно переосмыслить в более широком культурном контексте. В условиях, когда культурные институты стремятся к расширению роли локальных практик, рок становится не только объектом исторической памяти, но и ресурсом культурной политики для формирования территориальной идентичности, причём ключевым инструментом здесь выступает территориальная айдендика – доступный широким массам визуальный язык (в отличие от жёстко канонизированной геральдики), который может сосуществовать с официальной государственной символикой и использоваться для репрезентации города в публичных и брендинговых сферах [5, с. 67].

Таким образом, теоретическая база исследования опирается на взаимосвязанные концепты локальной идентичности, символического капитала, культурной памяти и территориального брендинга, через которые анализируется феномен трансформации рок-культуры из андеграунда в значимый культурный символ современного города.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ

Информационная база исследования представляет собой многоплановый корпус эмпирических данных, который отражает как формальные, так и неформальные проявления проекта «Рок-на-Исети» в различных коммуникативных средах. Ключевым компонентом являются анонсы и программы мероприятий, опубликованные в официальных ресурсах культурных учреждений и региональных СМИ. Они фиксируют календарь просветительских и музыкальных активностей от показа документального фильма и лекций до тематических выставок, организованных в рамках Года уральского рока и направленных на актуализацию феномена Свердловского рок-клуба (творческого объединения, существовавшего в Свердловске в 1986–1991 годах) как культурного опыта региона¹.

Эти данные позволяют реконструировать масштаб проекта, определить его партнёров и тематические акценты, а также отследить динамику программных решений в контексте взаимодействия библиотеки и локальной музыкальной сцены.

Второй пласт источников – контент социальной сети ВКонтакте, где представлено дискурсивное пространство проекта. Сообщества библиотек и медиаплатформы публикуют анонсы, визуальные материалы, видеоролики и обсуждения, отражающие как официальные месседжи, так и реакцию аудитории. Анализ такого цифрового контента показывает, какие нарративы о рок-наследии становятся доминирующими, как формируется смысловое поле проекта в онлайн-среде и каким образом происходит вовлечение разных сообществ в культурный диалог.

Третий источник – медиаматериалы проекта: видеоролики, фоторепортажи, презентации книжных обзоров и документальных фильмов. Видео контент, в том числе интервью с участниками проекта «Рок-на-Исети», дополняет текстовые описания и фиксирует процессы взаимодействия между организаторами и аудиторией. Он служит свидетельством того, как проект адаптирует язык рок-культуры к условиям библиотечного пространства и цифрового взаимодействия.

Четвёртая составляющая – книги о феномене уральского рока, выступающие как источник культурной памяти. Такие издания описывают формирование музыкальных практик и включение свердловского рока в культурную историю города. Они дают возможность соотнести ретроспективные нарративы с современными практиками сохранения и репрезентации.

Пятый элемент информационной базы – визуальные решения проекта, включающие логотип, фирменный стиль, создание маскота «Рок-рысь», брендбук, отражающий философию бренда. Специфика визуального языка в его универсальности, удобстве,

¹ Карасюк Д. Ю. История Свердловского рока. 1961–1991: От «Эльмашевских битлов» до «Смысловых галлюцинаций». Екатеринбург: Кабинетный учёный, 2016. 520 с. ISBN 978-5-7525-3093-7. С. 52.

вариативности, многоплановости и многовозможности [6, с. 39]. Визуальный язык айдентики – графический язык дизайна, визуальный текст коммуникации. Анализ визуальной айдентики как инструмента культурной трансляции позволяет выявить способы, с помощью которых визуальные коды усиливают смысловую связь между локальным музыкальным наследием и современными формами самоидентификации, делая бренд «Рок-на-Исети» узнаваемым и эмоционально привлекательным для широкой аудитории.

Методологически исследование базируется на кейс-стади, позволяющем раскрыть специфику единственного, но репрезентативного случая, проекта «Рок-на-Исети», в его сложном институциональном и медиaprостранственном контексте. Кейс-стади даёт возможность углублённо рассмотреть культурные практики, коммуникационные стратегии и визуальные форматы, через которые происходит реконструкция локальной идентичности.

В рамках кейс-стади применён качественный контент-анализ текстовых и визуальных материалов. Этот метод включает кодирование и тематическую категоризацию сообщений, публикаций и визуальных объектов, что позволяет выявить устойчивые смыслы, паттерны репрезентации и способы вовлечения аудитории. Анализ визуальной айдентики как самостоятельного уровня исследования направлен на понимание того, как визуальные образы (логотипы, маскот, графические элементы брендбука) репрезентируют культурное наследие и создают эмоциональные связи между прошлым и настоящим культурным опытом. Этот подход обогащает текстовый анализ, фиксируя механизмы визуального воздействия и трансляции локальных символов в контексте территориального брендинга.

РЕЗУЛЬТАТЫ

Библиотека как новая площадка культурной реконструкции

Проект «Рок-на-Исети» демонстрирует качественную смену институционального контекста, в котором локальная музыкальная культура получает новое публичное содержание. Библиотеки традиционно воспринимаются как места хранения и передачи знаний о прошлом, однако в рамках данного проекта они превращаются в динамичные площадки культурного продуцирования. Этот переход от пассивного хранения к активному созданию смыслов реализуется через программу разнообразных мероприятий: от показов документального кино о корнях рок-культуры до живых выступлений и мастер-классов по музыкальному творчеству, которые планируются проводить на протяжении всего Года уральского рока. Официальное открытие проекта уже сопровождалось показом фильма «Большой Советский рок: между андеграундом и филармонией» и дискуссией с его авторами, что символически задаёт тон не только исторической рефлексии, но и продуктивного ди-

алога между прошлым и настоящим². В этом смысле библиотека превращается в пространство культурной реконструкции, где прошлое осмысливается не как музейная реликвия, а как живой, доступный и интерактивный культурный ресурс.

Примечательно, что инициаторы проекта стремятся разрушить традиционный стереотип библиотечного пространства как тихого и статичного. В программе заявлены не только просветительские лекции и тематические выставки, но и творческие активности – квартирники, мастер-классы, рок-капустники и встречи с музыкантами. Такая мультимедийность свидетельствует о стремлении библиотек функционировать как активный узел культурной коммуникации, вовлекающий разные аудитории: от специалистов и музыковедов до подростков и широкой городской публики.

Медиапроекты и цифровая среда

Цифровое пространство проекта «Рок-на-Исети» становится не менее важным полем культурной репрезентации, чем офлайн-активности. Социальные сети, прежде всего ВКонтакте, используются для публикации анонсов и видеоконтента, формируя новый культурный нарратив о рок-наследии региона. Публикации включают видеоролики книжных обзоров о ключевых изданиях по истории уральского рока, а также медиарубрику, в которой библиотекари в лёгкой форме рассказывают о значимых фигурах, пластинках и событиях прошлого. Такая цифровая стратегия расширяет аудиторию проекта, снижает барьеры доступа к содержанию и делает его воспринимаемым не только как локальное, но и как легко тиражируемое культурное знание.

Кроме того, медиапроекты дополняются активными публичными лекциями и экспертными обсуждениями, где музыковеды, культурологи и сами участники рок-сцены выступают в роли медиаторов памяти³. Публичная лекция, посвящённая легендарным группам Свердловского рок-клуба, становится ярким примером того, как цифровые и офлайн-сегменты проекта взаимно усиливают друг друга. Эти медиапрактики способствуют формированию нового культурного нарратива, в котором локальное рок-наследие перестаёт быть исключительно ностальгической темой и становится элементом живой культурной дискуссии.

Визуальный язык как инструмент брендинга

Важнейшим компонентом проектной стратегии является визуальный язык графического дизайна: брендбук и маскот «Рок-рысь», которые служат инструментом визуализации для усиления эмоционального акцента на культурной памяти и эстетической репрезентации. Маскот, основанный на образе рыси – символе свободы и силы, созвучном духу рок-музы-

² См. сноску 1.

³ «Рок-н-Арт. Урал» – новая книга Александра Коротича. URL: https://vkvideo.ru/@ekmob/clip-59884253_456240360.

ки, выполняет функцию не только декоративного элемента, но и ключевого визуального маркера идентичности проекта (рис. 2).

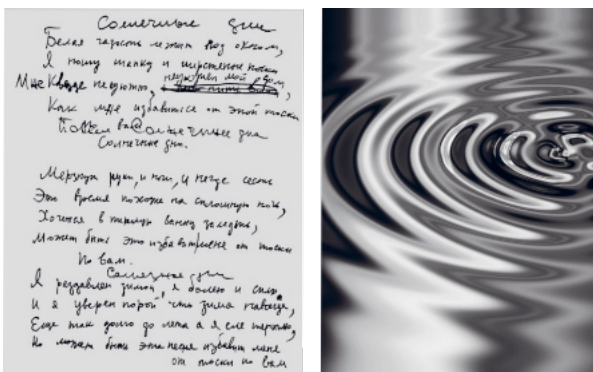
Специфика визуального языка в его универсальности, удобстве, вариативности, многоплановости и многовозможности [6, с. 39]. Брендбук, разработанный для «Рок-на-Исети», включает визуальные коды, которые транслируют эстетические и эмоциональные аспекты рок-культуры, адаптированные под современные форматы восприятия. Гармоничная концепция дизайна, соотношение геометричности форм и плавности текстурных фонов, интерактивных инсталляций (реальных архивных следов прошлой эпохи) и линий структурируют характер визуального языка (рис. 3).

Семантика колористических решений от глубоких цветовых контрастов до едва уловимых нюансов четко отражена в передаче исторической ретроспективы стадий развития уральского рока и прослеживается в оформлении шаблонов презентаций и постов-карточек для социальных сетей. Интуитивно понятная инфографика напрямую связывает память и время, наглядно демонстрирует сложную системную информацию простым и универсальным языком графических символов и элементов (рис. 4).



© Фото: Хлебникова Е., 2026
Источник: Архив ЕАСИ

Рис. 2. Маскот «Рок-рысь».



© Фото: Натейкина Д., Яшкова Е., 2026
Источник: Архив ЕАСИ

Рис. 3. Фрагменты тектур.

Графические элементы – это символические артефакты уральского рок-архива, «следы времени и рук», переосмысленные как часть библиотечного каталога, превращая его в визуальное воспроизведение живой истории, усиливая намек на цифровизацию архивов, свободно перетекающих в онлайн-пространство.

Такой визуальный язык становится своеобразным мостом между историей жанра и современными культурными практиками, помогая проекту обрести узнаваемость в медийном пространстве и устойчиво позиционироваться как городской бренд. Маскот «Рок-рысь» уже получил цифровую жизнь в виде стикерпаков для мессенджеров, что дополнительно усиливает его присутствие в повседневном цифровом общении аудитории.

Важное значение уделено типографике. Шрифтовая схема отражает суть проекта: энергия диалога между стихией бунтарского рока и просветительским характером библиотеки позволяет создать новый ракурс прочтения, отвечающий культурным традициям современного поколения. Начертание шрифта и способ его кадрирования символизируют слаженное звучание музыкального контекста, где задается динамика четкого ритма и темпа фактов, аранжируются «сольные» фрагменты и фактура наиболее значимых событий в общей мелодии.

Специально разработанный для проекта логотип отражает взаимодействие двух разных миров: библиотечного культурного опыта и энергии рок-музыки. Логотип представляет собой максимально стилизо-



© Фото: Натейкина Д., Яшкова Е., 2026
Источник: Архив ЕАСИ

Рис. 4. Графические элементы.

ванный графический элемент музыкальной волны и/или волн реки Исеть в сочетании со шрифтовым компонентом, простым и читабельным. Он служит одним из основных визуальных кодов проекта (рис. 5).

Через визуальный код проект переводит культурную память в айдентику, понятную и близкую молодежи. Это позволяет не только сохранять культурное наследие, но и переосмыслять его в формате, который отвечает современным коммуникационным и эстетическим ожиданиям. В результате визуальные решения играют роль активного медиатора между прошлым и настоящим культурным опытом, способствуя преобразованию субкультурных значений в элементы бренда территории.

Механизмы трансформации: от андеграунда к бренду

Проект «Рок-на-Исети» иллюстрирует несколько взаимосвязанных механизмов трансформации локального рок-наследия в культурный бренд. Во-первых, происходит встраивание в институты – рок, некогда существовавший в андеграундных контекстах и сценах, через участие библиотек становится частью публичной культурной политики города. Это выражается в интеграции тематики рок-клуба в официальные программы, лекции, выставки (рис. 6) и арт-инициативы (рис. 7).

Во-вторых, работа с памятью проявляется в способах переосмысления прошлого: ретроспективы, документальные показы, встречи с музыкантами и обсуждения исторических этапов уральской рок-сцены создают коллективный нарратив, который переосмысливает прошлое как значимый ресурс для настоящего. Такой подход превращает исторические воспоминания о Свердловском рок-клубе в активный культурный код, способный объединять разные поколения и аудитории.

В-третьих, исторические смыслы и культурные символы интегрируются в медиaprостранство: через социальные сети, видеоконтент, визуальные форматы и цифровые продукты проект выводит культурное наследие за пределы локальных коммуникативных контекстов.

Наконец, включение темы рока в городскую повестку через участие в Годе уральского рока, публичные программы и визуальные кампании подтверждает, что культурные практики локального происхождения могут стать значимыми элементами территориального бренда. Этот процесс укрепляет чувство локальной самобытности и расширяет культурный капитал города, делая рок-наследие важной частью городской идентичности.

ОБСУЖДЕНИЕ

Кейс проекта «Рок-на-Исети» предоставляет богатую эмпирическую площадку для осмысления механизмов локальной идентичности и их роли в современном культурном процессе. В отличие от классических исследований, где локальную идентичность рассматривают прежде всего через историю места или этнографические конструкции, здесь она проявляется в способности культурной практики рок-культуры формировать устойчивый символический код, который соединяет память, творчество и городскую повседневность. Проект демонстрирует, что именно через включение такого культурного явления в публичные программы, медийные форматы и визуальные репрезентации возможно усиление локального чувства принадлежности и создание новых точек идентификации для самых разных групп горожан. Идентичность перестает быть абстрактным феноменом или пережитком прошлого – она становится живой идеей, которую городские сообщества активно воспроизводят и переосмысливают в настоящем.

Одна из ключевых задач обсуждения – оценить применимость модели «Рок-на-Исети» для других локальных контекстов. Теоретически, подобный подход можно тиражировать в тех городах и регионах, где существуют устойчивые культурные практики с широким символическим потенциалом: музыкальные сцены, театральные движения, кинематографические традиции или ремесленные сообщества. Успех тиражирования зависит от нескольких факторов: наличия институциональной поддержки (культурные



© Фото: Натейкина Д., 2026
Источник: Архив ЕАСИ

Рис. 5. Логотип проекта.



© Фото: Хисамутдинов Р., 2026
Источник: Архив МБУК МОБ

Рис. 6. Выставка «Уральский рок: артефакты и истории».

и образовательные учреждения, муниципальные программы), готовности локальных сообществ к диалогу и активному участию, а также способности проектных команд адаптировать культурное содержание под современные медиаформаты. Став под влиянием глобализации полноценными акторами мировой политики наряду с национальными государствами, города промышленной эпохи сталкиваются с двойственным эффектом глобализации – унификацией культур и одновременно возможностью продвижения локальных ценностей на глобальных рынках, – однако универсальных рецептов не существует, поскольку локальность всегда проявляется в уникальных символах, смыслах и социальных связях, требующих индивидуального подхода и глубокого взаимодействия с сообществом [7].

При всей привлекательности таких культурных инициатив существуют и риски. Один из них – музефикация, то есть превращение живой культурной практики в экспонат или «реликвию», оторванную от её истоков и живой динамики. Когда рок-культура начинает функционировать исключительно как объект памяти или музейный образ, она теряет свой первоначальный энергетический потенциал, а вместе с ним и способность вдохновлять новые поколения. Связанный с этим риск – потеря бунтарского кода, внутренней свободы и контркультурной позиции, которые изначально составляли смысл рок-движения. Превращение рока в бренд может нивелировать его социокультурный контекст, если не учитывать глубинные ценности и художественные смыслы, лежащие в основе жанра.

Другой значимый риск – коммерциализация, когда культурная практика переориентируется на внешние экономические стимулы, теряя связь с локальными сообществами. Коммерциализация может стимулировать развитие туризма и экономические эффекты, но одновременно она способна привести к упрощению культурного содержания, что снижает его аутентичность и ценность как элемента локальной идентичности. Поэтому важнейшая задача проектных стратегий – найти баланс между привлечением внимания и сохранением художественно-социальной целостности культурной практики.

В этом контексте ключевую роль играют муниципальные библиотеки и другие учреждения культуры, которые выступают не только как организаторы мероприятий, но и как посредники между историей и современностью. Библиотеки, обладая инфраструктурой доверия и доступом к широкой аудитории, способны превратить проект из узкоспециализированной инициативы в массовое культурное явление. Их участие обеспечивает не только устойчивость проекта, но и расширяет возможности для вовлечения жителей разных возрастов и социальных групп (подобный подход описан в статье И. А. Черемисиновой, О. Б. Рыбаковой [8]). Именно такой институциональный потенциал позволяет интегрировать культурные практики в стратегические культурные поли-

тики города, усиливая их влияние на формирование локальной идентичности и укрепление территориального бренда.

Обсуждаемый кейс не только углубляет понимание механизмов, посредством которых локальная музыкальная культура может стать источником коллективной идентичности, но и открывает пространство для критического осмысления возможностей и ограничений подобных культурных трансформаций в контексте муниципального культурного управления.

Апробация первичных и промежуточных результатов исследования, посвящённого проекту «Рок-на-Исети», проходила на площадке Городского библиотечного информационного центра (г. Екатеринбург, ул. Антона Валека, 12), где в рамках публичных лекций



© Фото: Натейкина Д., Яшкова Е., 2026

Источник: Архив ЕАСИ

Рис. 7. Сувенирная продукция, созданная в рамках проекта.

и проектных семинаров обсуждались механизмы трансформации рок-наследия в территориальный бренд. Полученные результаты также были продемонстрированы и вынесены на профессиональную дискуссию с заведующими городских библиотек Екатеринбурга, что позволило учесть практический взгляд на интеграцию музыкального наследия в проектно-программную деятельность муниципальных библиотек.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Исследование проекта «Рок-на-Исети» подтвердило, что его реализация выходит за рамки простой программы мероприятий и превращается в социально-культурный механизм, способствующий реконструкции локальной идентичности – отождествления конкретной личности с себе подобными, социальными группами, общностями и институтами – через активное осмысление наследия уральского рока [9].

Анализ материалов показал, что включение рок-музыки в официальные культурные практики – от библиотечных программ до медиапроектов и визуальных решений – создаёт новую форму взаимодействия между прошлым и настоящим звуковым кодом региона. Это позволяет не только сохранять культурную память, но и обновлять её в соответствии с потребностями современного общества, формируя коллективный культурный ресурс, который интегрируется в повседневность города.

В результате исследования были идентифицированы ключевые процессы, через которые проект воздействует на восприятие уральской рок-традиции: институционализация культурной памяти, медийная репрезентация, графический язык айдентики проекта, визуализация символов и включение рок-насле-

дия в повестку территориального брендинга. «Рок-на-Исети» служит примером того, как культурный феномен может быть переосмыслен и представлен как актив локальной самобытности, интегрированный в публичные практики и культурные стратегии города. В условиях глобализации, на что справедливо указывали исследователи, существуют две мощные тенденции, которые распространяются на все мировые субъекты культуры, особенно находящиеся в пространстве мейнстримовского развития. Это интеграция и унификация [10]. Однако кейс «Рок-на-Исети» демонстрирует, что локальные культурные инициативы способны не просто сопротивляться этим процессам, но и использовать их – переводить уникальное субкультурное наследие в формат публичного ресурса, укрепляющего локальную идентичность и символический капитал города.

Перспективы дальнейших исследований. Во-первых, полезно провести сравнительный анализ с другими локальными музыкальными инициативами, чтобы выявить универсальные и частные механизмы культурной трансформации в различных контекстах. Во-вторых, интерес представляет длительное наблюдение за тем, как медиапрактики и визуальные стратегии воздействуют на восприятие культурного бренда в долгосрочной перспективе и как это соотносится с изменениями в самоидентификации городских сообществ. Наконец, перспективным является углублённое изучение взаимодействия различных институтов – библиотек, образовательных площадок, муниципальных структур и креативных организаций – в процессе производства культурных смыслов и территориального брендинга, чтобы понять, как объединённые усилия способствуют устойчивому развитию культурной среды.

ИСТОЧНИКИ

- [1] **Ункуров Э. Ю.** Брендинг территорий: Зарубежный и отечественный опыт // Вестник Института комплексных исследований аридных территорий. 2020. № 2 (41). С. 65-71. DOI [10.24412/2071-7830-2020-41-65-71](https://doi.org/10.24412/2071-7830-2020-41-65-71). EDN [SADVBN](https://www.edn.ru/SADVBN).
- [2] **Евменов А. Д., Благова И. Ю.** Символический капитал как элемент бренда города // Петербургский экономический журнал. 2021. № 2. С. 24-33. DOI [10.24412/2307-5368-2021-2-24-33](https://doi.org/10.24412/2307-5368-2021-2-24-33). EDN [SAUORR](https://www.edn.ru/SAUORR).
- [3] **Кузнецов А. А., Мельникова Н. А., Полынский А. С.** Возможности использования локальных марок в продвижении территории: от идентификации к коммуникации // Научный результат. Технологи бизнеса и сервиса. 2024. Т. 10, № 1. С. 34-44. DOI [10.18413/2408-9346-2024-10-1-0-3](https://doi.org/10.18413/2408-9346-2024-10-1-0-3). EDN [EZVYZ](https://www.edn.ru/EZVYZ).
- [4] **Колесник А. С.** Ленинградский рок-клуб в Санкт-Петербурге: от памяти - к культурному наследию // Quaestio Rossica. 2023. Т. 11, № 4. С. 1338-1354. DOI [10.15826/qr.2023.4.851](https://doi.org/10.15826/qr.2023.4.851). EDN [LXPSRJ](https://www.edn.ru/LXPSRJ).
- [5] **Маслов М. М.** Система российской территориальной символики - от первых гербов до визуальной айдентики и брендов мест // Вестник Южно-Уральского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. 2023. Т. 23, № 4. С. 62-71. DOI [10.14529/ssh230407](https://doi.org/10.14529/ssh230407). EDN [HBJJQQ](https://www.edn.ru/HBJJQQ).
- [6] **Габова М. В.** Визуальная культура современного общества (опыт типологии) // Человек. Культура. Образование. 2017. № 2 (24). С. 30-40. EDN [YODWKJ](https://www.edn.ru/YODWKJ).
- [7] **Кок С.** Культурная политика на городском уровне в контексте формирования национальной идентичности (на примере Нур-Султана) // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2022. Т. 16, № 2. С. 107-117. DOI [10.22394/2073-2929-2022-02-107-117](https://doi.org/10.22394/2073-2929-2022-02-107-117). EDN [GIGELU](https://www.edn.ru/GIGELU).
- [8] **Черемисинова И. А., Рыбакова О. Б.** Социокультурный проект как коммуникация с городом и горожанами: из опыта работы Библиотек Екатеринбурга // Управление культурой. 2025. Т. 4, № 2 (14). С. 3-10. DOI [10.70202/2949-074x-2025-4-2-3-10](https://doi.org/10.70202/2949-074x-2025-4-2-3-10). EDN [RZSDTA](https://www.edn.ru/RZSDTA).
- [9] **Погорельцев Д. Д.** Локальная идентичность как системообразующий элемент брендинга города // Экономика и социум. 2018. № 3 (46). С. 462-465. EDN [XORZBZ](https://www.edn.ru/XORZBZ).
- [10] **Хангельдиева И. Г.** Копродукционизм в культуре и искусстве как глобальный тренд // Знание. Понимание. Умение. 2016. № 2. С. 152-159. DOI [10.17805/zpu.2016.2.13](https://doi.org/10.17805/zpu.2016.2.13). EDN [WEAPDZ](https://www.edn.ru/WEAPDZ).

REFERENCES

- [1] **Unkurov, E. Yu.** (2020). Territory branding: Foreign and domestic experience. *Bulletin of the Institute for Comprehensive Research of Arid Territories*, (2), 65–71. <https://doi.org/10.24412/2071-7830-2020-41-65-71>
- [2] **Evmenov, A. D., & Blagova, I. Yu.** (2021). Symbolic capital as an element of a city brand. *St. Petersburg Economic Journal*, (2), 24–33. <https://doi.org/10.24412/2307-5368-2021-2-24-33>
- [3] **Kuznetsov, A. A., Melnikova, N. A., & Polynsky, A. S.** (2024). Opportunities of using local brands in promoting the territory: From identification to communication. *Research Result. Business and Service Technologies*, 10(1), 34–44. <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2024-10-1-0-3>
- [4] **Kolesnik, A. S.** (2023). The Leningrad rock club in St Petersburg: From memory to cultural heritage. *Quaestio Rossica*, 11(4), 1338–1354. <https://doi.org/10.15826/qr.2023.4.851>
- [5] **Maslov, M. M.** (2023). The system of Russian territorial symbols – from the first coats of arms to the territorial identity and brands of places. *Bulletin of the South Ural State University. Series: Social Sciences and the Humanities*, 23(4), 62–71. <https://doi.org/10.14529/ssh230407>
- [6] **Gabova, M. V.** (2017). Visual culture of modern society (typology experience). *Human. Culture. Education*, (2), 30–40. <https://elibrary.ru/yodwkj>
- [7] **Kok, S.** (2022). Cultural policy at the city level in the context of the formation of national identity (on the example of Nur-Sultan). *Eurasian Integration: Economics, Law, Politics*, 16(2), 107–117. <https://doi.org/10.22394/2073-2929-2022-02-107-117>
- [8] **Cheremisina, I. A., & Rybakova, O. B.** (2025). Sociocultural project as communication with the city and citizens: From the experience of the Ekaterinburg libraries. *Managing of Culture*, 4(2), 3–10. <https://doi.org/10.70202/2949-074x-2025-4-2-3-10>
- [9] **Pogoreltsev, D. D.** (2018). Local identity as a backbone element of city branding. *Economy and Society*, (3), 462–465. <https://elibrary.ru/xorzbx>
- [10] **Khangeldieva, I. G.** (2016). Co-production in culture and art as a global trend. *Knowledge. Understanding. Skill*, (2), 152–159. <https://doi.org/10.17805/zpu.2016.2.13>

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

Хисамутдинов Руслан Евгеньевич – Муниципальное объединение библиотек города Екатеринбурга – *заведующий сектором по продвижению библиотечных услуг в сети Интернет* (620000, Россия, Екатеринбург, ул. Антона Валека, 12); r.hisamutdinov@gmail.com.

Цесевиичене Ольга Александровна – кандидат философских наук; Екатеринбургская академия современного искусства – *доцент кафедры актуальных культурных практик* (620012, Россия, Екатеринбург, ул. Культуры, 3); tsesi@mail.ru. SPIN: 6231-1081.

Натейкина Дарья Денисовна – Екатеринбургская академия современного искусства – *студент* (620012, Россия, Екатеринбург, ул. Культуры, 3); dananoname56@gmail.com.

АВТОРСКИЙ ВКЛАД

Хисамутдинов Р. Е. – идеи и концепция, сбор и обработка данных, анализ данных, подготовка рукописи, доработка и редактирование; **Цесевиичене О. А.** – идеи и концепция, сбор и обработка данных, анализ данных, визуализация; **Натейкина Д. Д.** – идеи и концепция, визуализация, подготовка рукописи.

КОНФЛИКТ ИНТЕРЕСОВ

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Ruslan E. Hisamutdinov – Municipal Association of Libraries of the City of Ekaterinburg – *head of the Sector for the Promotion of Library Services on the Internet* (12, Anton Valek St., Ekaterinburg, 620000, Russian Federation); r.hisamutdinov@gmail.com.

Olga A. Tsesevichene – Cand. Sci. (Philosophy); Ekaterinburg Academy of Contemporary Art – *associate professor of the Department of Current Cultural Practices* (3, Kulturey St., Ekaterinburg, 620012, Russian Federation); tsesi@mail.ru. SPIN: 6231-1081.

Darya D. Nateykina – Ekaterinburg Academy of Contemporary Art – *student* (3, Kulturey St., Ekaterinburg, 620012, Russian Federation); dananoname56@gmail.com.

AUTHORS' CONTRIBUTIONS

R. E. Hisamutdinov – conceptualization, data curation, formal analysis, writing – original draft, writing – review & editing; **O. A. Tsesevichene** – conceptualization, data curation, formal analysis, visualization; **D. D. Nateykina** – conceptualization, visualization, writing – original draft

CONFLICT OF INTEREST

Authors declare no conflict of interest.