

## КУЛЬТУРНЫЙ СЛОЙ

ФОТО ПРЕДОСТАВЛЕНО РА «СТИЛЬ-МГ»



дитель компании «Северный Урал» Дмитрий Кириллов рассказал о том, как он и его коллеги пытаются минимизировать неудобства, возникающие у туристов во время многодневных пеших походов. Например, тропа от перевала Дятлова до плато Маныпупунёр — очень популярный пеший маршрут, продолжающийся пять-семь дней. Всё это время ночевать приходится в палатках, лишённых всяких удобств, нести палатки надо самим, при этом они не спасут ни от медведя, ни от холода с ветром. «Северный Урал» начал изготавливать спальные модули по итальянским образцам — четырёхместные, с безопасными печками. Планируется, что в модулях будут ночевать женщины и дети, мужчины же останутся в палатках. Такие модули будут установлены на расстоянии дневного перехода друг от друга, а в начале и в конце тропы модули будут большими, на 20 человек, с душевыми и столовыми.

Сейчас компания тестирует первые пять модулей, которые установила на Кваркуше и в охотхозяйстве под Кунгуром, и готовится к поставке 15 модулей по заказу заповедника «Остров Врангеля» на Чукотке. От уральских заповедников заказов пока нет — там с финансовыми ресурсами похуже.

Очень в тему прозвучало сообщение представителей одного из уральских заповедников — Вишерского. Заместитель директора заповедника по экологическому просвещению Марина Антипина на поведала о возможностях посещения заповедника. Оказывается, в 2012 году Вишерский заповедник вошёл в федеральную программу по развитию познавательного туризма, и теперь у заповедника есть две благоустроенные базы для размещения туристов — в посёлке Вёлс и на кордоне 71-й километр.

На территории самого заповедника обустроены тропы для многодневных и однодневных походов, есть скамейки, туалеты, мусоросборники, наглядная навигация и информационные стенды.

Правда, добраться до Вёлса и тем более до 71-го километра — это целое приключение, но у заповедника есть специальный транспорт — комфортабельный «Урал», уазик и катер на воздушной подушке, так что доставку от Красновишерска можно организовать.

О своих возможностях поведали сотрудники других охраняемых территорий Урала — природных парков, кото-

отражающей суть и душу природной территории.

Нечто в том же роде делает и компания «Озон», только без инфраструктуры развлечений. Олег Ощепков считает, что любая территория может быть привлекательной для туристов, только одним терриориям повезло — им привлекательность дана изначально, а другим надо что-то придумывать. Классический пример — хоббиты в Новой Зеландии. Тысячи туристов в последние годы устремились в эту весьма отдалённую страну, чтобы побывать в Средиземье, а точнее, в местах съёмок фильмов Питера Джексона по романам Джона Толкина.

Такие — ну, может, чуть менее масштабные — легенды придумывает «Озон» для территорий Пермского края. Точнее, не столько придумывает, сколько визуализирует то, что придумал народ, например инопланетян в Молёбке, кунгурский чай, суксунские целебные грязи.

Так, для Молёбки «озоновцы» предложили открыть «посольство Земли», где туристам ставили бы въездные и выездные штампы на путёвки или на открытки, блокноты, продавали бы специальные почтовые марки и т. д.; придумали уморительную «сувенирку», например трёхпалые, как рука «гуманоида», рукавички, а также несколько видов «пилиоль», помогающих при контакте, — разноцветных конфет. Заодно брендирували местную морковь (она там на редкость качественная), назвав её «неземным удовольствием». Предложили также переименовать улицы в деревне — например, улица Андромеды, улица Тау Кита... Олег Ощепков считает, что на фоне таких табличек селфи будут делаться тысячами.

Но разработки почти не внедряются, а те, что худо-бедно внедрены, почти не работают. Почему? Компания передала объёмный брендбук власти, но у власти нет знаний, как это продавать, а также кому продавать, как выйти на целевую аудиторию. Нет нужной информации у бизнеса, который мог бы подключиться к процессу. Нет специальной муниципальной программы, нет синергии власти, бизнеса и активных жителей территории.

А между тем Кишертский муниципальный район, где находится Молёбка, относится к числу тех, которые серьёзно заинтересованы в развитии территориального мифа. Об этом заместитель главы администрации Кишертского района Наталья Колобова говорила на семинаре «Роль мифов территории в формировании туристического продукта», который тоже прошёл в рамках форума. «Это бренд мирового уровня, огромный ресурс Пермского края!» — сказала она о Молёбке.

Модератор — заведующий кафедрой социально-культурных технологий и туризма Пермской государственной академии искусства и культуры Павел Ширинкин — поддержал докладчицу, сообщив, что эзотерики называют три главных места на Земле: Стоунхендж, Аркаим и Молёбка.

Участники семинара предложили для территорий Пермского края множество мифов. Так, куратор Музея пермских древностей Юлия Глазырина рассказала о возможностях, которые даёт краю бренд «Пермский период». Директор ООО «Азиатско-Европейская компания» Светлана Ряпосова и директор ООО «ИндустрияСервис» Александр Гончаров активно продвигают бренд Ермака и планируют создать масштабную сеть сервисно-развлекательных центров, расположенных по маршруту легендарного казачьего похода от Перми до Тобольска. Специалист в области исследования территориальной мифологии Института этнологии и антропологии РАН Павел Куприянов вообще предложил миф о том, что в своём втором путешествии Робинзон Крузо побывал в Перми Великой — где-то недалеко от Чердыни!

Мифы, предлагаемые жителям Пермского края для «раскрутки», были очень разные: и научно обоснованные («Пермский период»), и укоренённые в традиции (Молёбка), и абсолютно «отфонарные» (Робинзон). Но все участники семинара настаивали на том, что не так важно, правда или вымысел: главное, чтобы туристам нравилось! Ведь в Лондоне никогда не было сыщика по имени Шерлок Холмс, в Стоунхенделе никогда не было друидов, а «древняя» одежда шотландцев — килт — появилась лишь в XVIII веке.



Ординская подводная пещера притягивает дайверов