

СИСТЕМА РОССИЙСКОЙ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ СИМВОЛИКИ – ОТ ПЕРВЫХ ГЕРБОВ ДО ВИЗУАЛЬНОЙ АЙДЕНТИКИ И БРЕНДОВ МЕСТ

М. М. Маслов

Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

В данной статье проводится исследование российской геральдики как средства визуальной идентификации территорий и прототипа современной территориальной айдентики. Отмечается, что геральдика является образцом для неё не только с позиции функции, но и с точки зрения формообразования. Автором рассматриваются конкретные примеры гербов в сравнении с общими тенденциями развития современной территориальной символики и графического дизайна.

Наименование «российская геральдика» в контексте настоящего исследования подразумевает все этапы развития данной дисциплины: царский, имперский, советский, постсоветский. Вместе с ней рассматриваются и современные гербы Республики Приднестровье, так как на всех этапах (кроме постсоветского) данная территория входила в систему российской территориальной символики.

После развала СССР и обретения самостоятельного пути Приднестровье поддерживает про-российский курс, что выражается, в первую очередь, в символике – создаются реплики дореволюционных гербов, наравне с ними продолжают использоваться советские и формируются новые, в том числе, по правилам советской геральдики.

Отдельного подробного исследования требуют такие переломные моменты в сфере визуальных идентификаторов, как геральдическая реформа Б. В. Кёне XIX века, внедрение советской геральдики, реплика дореволюционной геральдики после распада СССР, но в силу специфики настоящей статьи они рассматриваются ограниченно, так как основной её целью является выявление взаимосвязи традиционных форм символики и современной территориальной айдентики.

Ключевые слова: территориальная айдентика, геральдика, герб, реформа Б. В. Кёне, графический дизайн, модульность.

Введение

Символика России представляет собой обширную систему образов, знаков, а также более конкретных визуальных идентификаторов, имеющих различную историю, вариации и способы воплощения. В их числе отдельного внимания заслуживает визуальное воплощение, история и происхождение главных государственных символов нынешнего российского государства, представляющих не только само государство, но и конкретные территории.

Территориальная айдентика – современная форма визуально-графической репрезентации городов, стран, областей и других административно-территориальных образований, пришедшая на смену геральдике и вексиллологии, но в то же время не отменяющая официальную государственную символику [1]. Территориальная айдентика представляет собой эмблемы и логотипы для территорий (городов и стран), а также сопутствующие графические элементы – паттерны, шрифты, цветовой паспорт.

Обзор литературы

Учитывая новизну территориальной айдентики как сферы дизайнерского творчества, научные исследования по данной теме представлены лишь несколькими авторами с точки зрения технической эстетики. В то же время интерес к данной теме проявляет множество исследователей из смежных

наук. Стоит отметить, что американские учёные вообще не рассматривают дизайн территориальной айдентики с точки зрения искусствоведения, а лишь анализируют весь бренд территории с помощью маркетинговых инструментов, практически не уделяя внимания его визуальной стороне.

Научный анализ, проводимый посредством инструментария других наук, не входит в сферу интересов искусствоведения, но тем не менее, оказывает влияние на дизайн территориальной айдентики, в связи с чем также представлен в настоящем исследовании. Саймон Анхольт, автор монографии «Бренд Америка» [2] и специалист в области национального бренд-имиджа государства, национальной идентичности и репутации, одним из первых заговорил о брендировании территорий, как товаров, а также о формировании имиджа стран посредством бренда, и в частности – территориальной айдентики [3] (как средства визуализации бренда).

У истоков идеи брендирования территорий также стоит Филип Котлер, титульный автор коллективной монографии «Маркетинг мест» [4], выпущенной в 2005 году с локализацией на русский язык. Как и его коллега С. Анхольт, Ф. Котлер рассматривает предмет настоящего исследования как небольшой аспект собственного объекта исследования. Кейт Динни исследовал имидж территорий с чётким разделением самой символики места, а также бренда этого места, уточняя, что дан-

ные понятия не тождественны, но основной упор в его работе [5] также сделан на бренд и имидж места, а не на визуальную символику.

А. Стась – один из первых русскоязычных исследователей, напрямую исследующий дизайн территориальной айдентики. Опубликованная автором в 2009 году монография «Новая геральдика» [6] даёт прямую и непосредственную отсылку к гербам не только как к явлению, которое предшествовало современным эмблемам территорий, но и как к процессу, прямо повлиявшему на развитие современной айдентики мест.

Д. Визгалов – ещё один исследователь брендов территорий и моделей продвижения мест, чьи труды появились позже монографии А. Стася. Перенимая опыт иностранных коллег, Визгалов рассматривает бренды только в комплексе с их символикой, отводя всё же некоторую роль в своих исследованиях визуальным графическим идентификаторам. Наиболее известные из его трудов – «Брендинг города» (2011) [7] и «Пусть города живут» (2015) [8].

П. Родькин – один из немногих имеет профильное образование, рассматривая символику с точки зрения искусствоведения. Автор определяет исследуемую область собственной дефиницией – «бренд-идентификация территорий» [9], но не приводит веских причин для введения дополнительных терминов в науку. Стоит предположить, что данным автором просто используется импровизация перевода зарубежного термина «brand identity», который корректно переводится как «идентичность бренда» (без отглагольных существительных).

Методы исследования

В ходе исследования использовался комплексный подход к объекту: историко-искусствоведческий, а также культурологический анализ [10–12] гербов и современных эмблем территорий (дизайна территориальной айдентики как продукта графического дизайна). Кроме этого, в работе применялся системный анализ, метод сопоставления, иконографический и семиотический анализы.

Результаты и дискуссия

В современном мире, в условиях глобализации мировой экономики, туризма и товарооборота для коррекции имиджа (или для его приобретения) в числе прочих инструментов используется территориальная айдентика и брендинг территорий [13]. Как уже было отмечено в литературном обзоре, данное явление является прямым преемником геральдики. Стоит отметить, что российская геральдика (а позже и российские бренды мест) начинают своё развитие существенно позже европейских аналогов, во многом опираясь на них.

Зарождение «русской геральдики» происходит на вторую половину XVII века [14], для первых гербов применяется эклектическая модель польской и западноевропейской геральдики. Польская

геральдика обладает рядом уникальных особенностей, выделяя её на фоне других – минималистичный состав элементов в композиции герба, а также «коллективная форма собственности», когда определённый герб использует не один род, а множество фамилий, исчисление которых может доходить до сотен. Такое качественное свойство польской геральдики со временем перекочевало и в российскую.

Родовые знаки, размещаемые на польских знамёнах, происходят от рунических знаков, не являющихся гербами, и с точки зрения логики должны рассматриваться вексиллологией. Функция, выполняемая такими знамёнами, коррелирует с более поздними носителями графической визуальной идентификации территории, то есть остаётся неизменной, меняется лишь её форма и принадлежность (от родов – к территориям).

При завоевании польскими феодалами каких-либо земель новые подданные вынужденно принимали герб рода или клана победителя, тем самым расширяя число его носителей. В XIV веке в Польшу пришла западноевропейская система геральдики, определившая систематизацию и формирование польской геральдической традиции, вследствие чего также была учреждена должность герольда (государственного служащего, ведающего составлением гербов и родословной правителей). Новая система геральдики быстро стала вытеснять родовые знамёна, распространённые в феодальный период, на их место пришли областные гербы [15], что обозначает важнейший поворот в геральдике – символика стала не личной, а территориальной, и символизировала уже не какой-либо род, а конкретное место, то есть начала напрямую, а не косвенно выполнять функцию именно территориальных идентификаторов.

С 1413 года (Городельская уния – документ о «гербовом братстве») сформированная польская школа геральдики проникает на территорию Великого княжества Литовского. Польские и литовские роды объединяются под едиными гербами, геральдика приобретает уникальные черты, включая католические (литовские), а позже и православные элементы. Возникает выражение «гербовое родство» – польские дворяне (шляхта) объединялись под одним гербом, не состоя в генетическом родстве. Вместе с фамилией, прозвищем указывали также название герба, что породило большое количество двойных фамилий в Польше и Великом княжестве Литовском [16].

Само название гербам присваивалось по принадлежности:

- по фамилии владельца герба,
- по фамилии или прозвищу первого владельца герба,
- по герою, который по легенде носил данный герб,
- по фигурам и / или их композиции в гербе.

С точки зрения дизайнера интерес представляет тот факт, что для наименования герба обращаются не только к смысловому содержанию, но и к формообразованию – фигуры в композиции герба. Не меньший интерес для исследования представляет и то обстоятельство, что для гербов создавались их версии – модификации, существовавшие с учётом более старых, и называвшиеся «одмяна». Учитывая упомянутые выше факты экстраполяции гербов на территории, а также «гербовое родство» дворян, стоит отметить, что польская геральдика располагает таким понятием, как «собственный герб» – принадлежащий только одному семейству или знатному роду и не ставший «общим» с кем-либо или чем-либо ещё. Этот факт свидетельствует о том, что переход гербов к территориям от семейств в целом проходил не быстро, а фамильные гербы всё ещё существуют как дань традиции и истории рода. Тем не менее, в современности герб воспринимается скорее как визуальный идентификатор территории, нежели символ какого-либо семейства.

Зарождение русской геральдики в XVII веке стало возможным благодаря царю Алексею Михайловичу, но отдельные визуальные идентификаторы как атрибуты государственности уже существовали к этому времени, как, например, государственная печать с двуглавым орлом, печати отдельных городов, князья тамги (с тюркского: тавро, клеймо). Системность и единство в данных образцах отсутствовали, их оформление в законченные композиции произошло лишь после внедрения официальных геральдических форм.

По просьбе русского царя в Москву прибыл герольдмейстер Священной Римской империи – Лаврентий Курелич, присланный императором Леопольдом I. В 1672 году выходит его «Царский титулярник» с 33 гербами русских земель, а в 1673 г. он написал труд «О родословии российских великих князей и государей...», где пишется, в частности, о родстве России с восемью европейскими державами [17], что свидетельствует и о влиянии геральдики этих стран на русские гербы.

Таким образом, во второй половине XVII века произошло зарождение русской геральдики, на стыке польской и западноевропейской традиций. В основу первых русских гербов легли догеральдические эмблемы и символы городов, не оформленные в систему. Гербы же пришлых родов в России создавались с элементами, указывающими на их происхождение. Таким образом, возникла смешанная, русская система гербов [18].

Во время правления Петра Великого начинается приведение гербов к окончательным формам и учреждение герольдии (государственный орган, отвечающий за составление и толкование гербов). В 1705 году выходит книга «Символы и эмблемата» (Ян Тессинг и Илья Копиевский, по указу Петра I), включающая более 800 образцов, которые

послужили прототипами для развития русской геральдики. Ещё один документ, ознаменовавший становление русского герботворчества, – «Руководство к геральдике...» Л. К. Талызина (1790-е гг.). В данном труде описано происхождение гербов, а также правила, которым они подчиняются, вместе с их изображениями.

В XIX веке, во время правления Николая I, произошла большая геральдическая реформа, представляющая интерес с точки зрения дизайнера территориальной символики. Инициатором изменения барон Б. В. Кёне, преобразовавший систему на фундаментальном уровне: он разработал правила, в соответствии с которыми украшаются гербы разных по значению городов, а также канонизировал и унифицировал элементы украшений и лично принимал участие в практической разработке, в частности, серьёзно видоизменил герб Российской империи и создал три его версии – большой герб, средний и малый, отличавшиеся количеством украшений [19].

С точки зрения дизайнера в результате геральдической реформы Кёне возникла модульная система айдентики – элементов, единых по форме, но разных по содержанию. Такая система позволяла определить некоторые характеристики городов по украшениям их гербов, а также проводить сравнительный анализ, имея несколько гербов, выполненных по правилам Б. В. Кёне. На рис. 1 изображена типология городов в геральдике Б. В. Кёне – проект дополнительных украшений городских гербов, в котором используются дизайнерские принципы формообразования (присутствуют постоянные и переменные элементы – признаки, объединённые в систему). По этой классификации можно установить, что города Бендеры (Бессарабской губернии), Тирасполь, Григориополь и Дубоссары (Херсонской губернии) (рис. 2) являлись преимущественно сельскохозяйственными в XIX веке.

Также по классификации Б. В. Кёне можно установить, что все эти города уездные, учитывая «городские короны» сверху, в виде башен с тремя зубцами [20]. У герба города Бендеры (рис. 2) в левой верхней части щита расположена символика Бессарабской губернии, в ведомстве которой находился город. У гербов городов Херсонской губернии (Тирасполь, Григориополь, Дубоссары) в том же месте и таким же точно образом изображена символика Херсонской губернии (рис. 2), т. е. полностью идентичным образом, что ещё раз свидетельствует о проявлениях типологии графического дизайна в геральдике и территориальной символике в целом ещё до зарождения дизайнерской деятельности как таковой. На гербах Бендер и Тирасполя нашли также символическое отражение их фортификационные сооружения – крепости.

На рис. 3 представлена модульная айдентика Санкт-Петербурга от Студии Артемия Лебедева [21] (2014 г.), в которой аналогичным образом

с гербовой системой Кёне прослеживается упорядоченность: постоянные формы, которые не меняются в вариациях символа, и переменные – меняющиеся, но созданные при этом в единой линейной стилистике, с одинаковой толщиной линии и элементами одного цвета. Данный факт свидетельствует о единстве принципов формообразования, используемых в дизайне территориальной символики, как исторической (гербы), так и актуальной (территориальная айдентика). Последняя наследует у геральдики не только функцию – представление территории, но и структуру, законы построения, что позволяет согласиться с А. Стасем, который называет современные эмблемы городов «новой геральдикой».

Помимо своей основной функции – визуальной репрезентации территорий, символика в Российской империи имела не только политический или исторический смысл, но и идеологический – служила средством для укрепления монархии и демонстрации власти императора. Именно борьба с идеологией монархии и послужила одним из факторов, повлиявших на тотальную смену территориальной символики при СССР. Геральдика в это время меняется не только визуально (правила создания самих гербов), но и фундаментально – ей отводится роль вспомогательной исторической дисциплины [22], а также с этого времени начинается её упадок, нашедший отражение как в новой роли гербов, так и в канонах их исполнения. С точки зрения дизайна данный период сложно назвать упадком, так как гербы с приходом советской власти начинают формироваться по новым правилам, близким к правилам графического дизайна, в которых и воплощены его базовые принципы.

Эта последняя радикальная реформа геральдики принесла новый, особый язык социалистической (коммунистической) геральдики, распространившейся и на другие социалистические страны мира. Образцы такой геральдики создавались уже под влиянием общих тенденций графического дизайна и формообразования, то есть почти все предыдущие каноны геральдики утрачивали своё значение. Форма щита для гербов городов использовалась единая, французская, как и в геральдике Бориса Кёне.

Идеология в советских гербах радикально изменилась по сравнению с имперской – любые прямые и косвенные отсылки к монархии и религии ликвидировались, а в качестве главных смыслов была заложена идея социализма, нового государства рабочих и крестьян, промышленности и сельского хозяйства, а также культ спорта, что и отражалось в данных гербах [23].

На рис. 4 можно проследить, как изменились гербы городов Бендеры и Тирасполь при СССР – на обоих сохранились символы крепостных стен (Бендерская и Тираспольская крепости соответственно), появилась река Днестр, изображаемая

символично в виде волн, а также промышленные и аграрные элементы, отражающие местную специфику. Из исторических смыслов данные образцы геральдики унаследовали от предшествующих только крепостные стены, а из правил самой дисциплины – только форму щита. В остальном это композиции, выстроенные по правилам графического дизайна – они просты, лаконичны, стилизованы и выразительны.

У городов Григориополь и Дубоссары, представленных на рис. 2 вместе с Бендерами и Тирасполем, не было символики при СССР. Гербы, разработанные по правилам Кёне, не использовались до смены политического режима. Поэтому в линейке советских гербов на рис. 4 представлены другие примеры геральдики и эмблематики данного периода, вызывающие научный интерес, – Одессы и Кишинёва.

Герб города Одесса во все периоды включал в себя якорь, в том числе, в варианте, предложенном Борисом Кёне. Также во все периоды он содержал красный, либо красный и жёлтый (золотой) цвета. В советский период к якорю также было добавлено стилизованное изображение броненосца Потёмкина с красным флагом и золотая звезда города-героя. Многократные трансформации деталей одесской геральдики с сохранением основного смысла во все времена говорят о сильной и устойчивой семиотической модели города. Свидетельствует об этом также тот факт, что разработанная территориальная айдентика Одессы от студии Артемия Лебедева (2012 г.) также содержит якорь в качестве одного из основных элементов, нижняя часть которого стилизована под сердце, что символизирует любовь к городу. Такой эмоциональный аспект символики возможен исключительно в территориальной айдентике и немыслим в геральдике.

Герб у города Кишинёв в период советской власти отсутствовал в связи с умалением значения геральдики в принципе – такая символика была необязательной. Но к 500-летию юбилею столицы Молдавской ССР в 1966 г. была разработана городская эмблема (рис. 4): композиция в форме щита, на которой символически изображена каменная кладка в форме виноградного листа, из которой вытекает родник. Также эмблема содержит название города на молдавском языке, адаптированном под кириллицу – «Кишинэу». Данная эмблема была применена в оформлении городского пространства, а также изображалась на пачках сигарет марки «Кишинёв».

Данный прецедент вызывает научный интерес с точки зрения предмета настоящего исследования – фактически в советское время для Кишинёва была создана эмблема города, которая официально не являлась гербом, но всё же имела отсылку к геральдике (форма щита). По всем признакам она является территориальной айдентикой (которая появилась как вид символики в начале XXI

века): использовалась в оформлении города и печаталась на товаре, а значит, обладала узнаваемостью и символизировала Кишинёв.

В сравнении с гербом Дубоссар (рис. 5), разработанным с нуля в самом начале XXI века, эмблема Кишинёва не называлась гербом, имея при этом форму щита, тогда как символика Дубоссар является официальным гербом, но фактически выполняет функцию территориальной айдентики – то есть городской эмблемы, так как кроме формы щита не имеет ничего общего с геральдикой. В условиях глобализации современного мира стоит отметить, что наиболее адекватным вариантом символика территории является сосуществование гербов и флагов в официальном, дипломатическом поле вместе с территориальной айдентикой, выполняющей рекламную функцию (в числе прочих) и используемой в городском пространстве, а также в сфере туризма, размещающейся на товарах и в сети Интернет.

Геральдика после распада СССР окончательно приходит в упадок по множеству причин – общий экономический и социальный спад в России и других постсоветских странах переплетался с разочарованием в идее социализма, с одной стороны, поиском актуальной идеологии и национальной идеи – с другой стороны. Новые города и населённые пункты больше не основывались, а уже существующие приходили в запустение (в той или иной степени), в связи с чем новые гербы практически не разрабатывались.

Из общих тенденций в территориальной символике России, как и некоторых постсоветских стран на рубеже 90-х годов XX века и 00-х годов XXI века, можно выделить возврат к дореволюционным символам, возвышение национальных идеологий и, как следствие, смену территориальной символика. В России и Приднестровье возвращались к дореволюционным символам, создавались реплики досоветских имперских гербов, причём не всегда в точности. Вместе с тем всё же формировались и принципиально новые гербы для отдельных городов и населённых пунктов, нередко с полным пренебрежением какими-либо правилами [23]. С учётом появления современных компьютеров, интерфейсов и графических редакторов, в постсоветской геральдике стали использоваться даже такие приёмы, как градиентная заливка, тени от объектов, что было как невозможно, так и немислимо на более ранних стадиях развития данной дисциплины.

На рис. 5 можно проследить, как изменились гербы городов Бендеры, Тирасполь, Григориополь и Дубоссары (представленные ранее на рис. 2, а также частично на рис. 4) в постсоветский период. Герб города Бендеры (рис. 5) является некачественной репликой имперского герба города (1826 год, не представлен в настоящем исследовании), где лев с человеческим лицом (символизирует по-

верженного шведского короля Карла XII) воссоздан вольно, с другим лицом и отличием в деталях от образца, созданного ещё до реформы Б. В. Кёне (1855–1859 гг.).

Также отдельный научный интерес представляет тот факт, что река Днестр символически была изображена только на советском варианте герба города Бендеры, и после принятия следующего герба она снова пропадает из его символики. Сам город стоит на берегу реки, его жизнь была исторически связана с Днестром, как и оба его названия, в том числе и старое – Тигина [24]. При изучении семиотической модели Бендер можно выделить несколько доминирующих смыслов, которые могут конкурировать за отражение в символике – это как река Днестр, так и Бендерская крепость. Даже с учётом снижения интенсивности судоходства на реке Днестр и небольшого утилитарного значения речных перевозок на период распада СССР, при разработке территориальной айдентики для Бендер (и Приднестровья в целом) смысл данной водной артерии игнорировать невозможно.

Город Тирасполь (рис. 5) сохраняет советский герб без изменений в качестве официального государственного и по состоянию на 2023 год, а соответственно, и смысл реки Днестр, заложенный в него (в числе прочих). Для Григориополя (рис. 5) и Дубоссар (рис. 5) в начале 2000-х годов создаются новые гербы, без ориентации на уже существовавшие, то есть разработанные ещё в процессе реформы Б. В. Кёне. Герб Григориополя лаконичный, сформирован полностью под влиянием советской геральдики как с позиции заложенных смыслов, так и позиции исполнения – в нём без труда прочтываются смыслы сельского хозяйства, южного солнца и реки Днестр. Такая композиция либо полностью аналогичная ей могла быть создана и при СССР, именно поэтому обязательной задачей искусствоведа является обращение к источникам для атрибуции образцов к определённому периоду, несмотря на их визуальные свойства.

В композиции герба города Дубоссары (рис. 5) отражается исторический элемент – стилизованная под ладью лодка «дубас», давшая название городу, а также Дубоссарская ГЭС – энергетический и стратегический объект на реке Днестр, и южное солнце. С точки зрения исполнения данный герб выполнен как современная графическая композиция – используются чрезвычайно яркие оттенки, не свойственные геральдике, а также градиентная заливка формы щита и водной глади. Сама река представлена не символически (в виде нескольких стилизованных волн), а именно в виде композиции с перспективной и разными планами, по правилам живописи, что даёт ассоциацию с картиной.

Исходя из визуальных свойств данного герба, можно сделать вывод, что такая символика Дубоссар создавалась в большей степени с претензией на городскую эмблему (по аналогии с Кишинёвом, рис. 4),

называясь при этом гербом. В связи с этим сделан вывод, что герб города Дубоссары (рис. 5) полностью нарушает каноны геральдики всех рассмотренных периодов. Даже в советской геральдике, полностью изменившей правила визуальной репрезентации территорий, присутствовал общий стиль – лаконичность, графичность, определённая цветовая гамма, а также конкретный набор смыслов.

Все три вектора развития постсоветской геральдики (реплики дореволюционных гербов, гербы по правилам СССР и новые гербы, создаваемые без правил), свидетельствуют об утрате актуальности этой символической системы и отсутствии смысла в новой геральдике как в визуальной символике территорий. Новых правил создания гербов просто нет, предыдущие утрачивают силу вместе со сменой эпохи. А сами гербы уже воспринимаются как архаичный, исторический визуальный элемент.

Одно из важных свойств геральдики, выделенное в процессе исследования, – в композицию герба возможно включение названия города, выполненного посредством шрифта, но такое решение принимается точно. Касается это почти всех периодов развития российской геральдики – раннего (дореформенного), советского и постсоветского. Единственный период, когда данный аспект регламентировался – во время реформы Б. В. Кёне. По правилам, предложенным бароном, композиции городских и губернских гербов не предусматривали шрифтовых элементов, следовательно, прочитать название было нельзя, в связи с чем максимальное акцентирование приходилось на визуальную составляющую композиции. Городской герб можно было только запомнить, а значит, его композиция должна была быть уникальной, что в условиях типизации элементов являлось непростой задачей.

Современная территориальная айдентика, как правило, включает в себя шрифтовую часть с названием города или страны, а также слоган. В отдельных случаях символика создаётся с помощью абстрактно-графического подхода и состоит только из названия, либо его части – с использованием только первой буквы названия (исключительно шрифтовая композиция в уникальном начертании). Примеры использования абстрактно-графического подхода к созданию территориальной айдентики встречаются как в России, так и за рубежом – айдентика города Пермь (Студия Артемия Лебедева, 2009) айдентика Мельбурна (Landor Associates, 2009). В обоих случаях было решено отказаться от старых эмблем (при их наличии), а также от ориентации на официальную символику (герб и флаг) и историю этих городов.

Всесторонний интерес к территориальной айдентике возрастает с позиции многих наук и практик. Растёт количество и качество научных исследований по теме в области искусствоведения, а также самих проектов в практике графического дизайна, в связи

с чем логично сделать вывод, что исследование территориальной айдентики с точки зрения искусствоведения в высшей степени актуально.

Выводы

1. Геральдика, изначально создававшаяся как родовой (семейный) визуальный идентификатор, с течением времени меняет функцию и символизирует уже территории, а не конкретных людей.

2. Гербы до реформы Б. В. Кёне разрабатывались без единого для всего государства формата (смешанная система), но подчинялись определённым правилам на разных этапах. Реформой барона вводится единая классификационная система и единый визуальный облик базовых геральдических элементов.

3. Советская геральдика – переходная ступень между каноничной русской геральдикой и современной территориальной айдентикой, не только хронологически, но и фундаментально – в ней прослеживаются признаки графического дизайна.

4. Геральдика в XXI веке окончательно утратила актуальность как символический язык и является в большей части историческим элементом, культурным памятником. В то же время гербы являются официальными государственными символами территорий – городов и стран.

5. Территориальная айдентика является актуальным средством визуальной репрезентации территорий, в полной мере использующим гибкий язык и потенциал графического дизайна. Не требует специальных знаний для понимания (как в случае с геральдикой, подчинённой жёстким канонам), рассчитана на восприятие широкими народными массами вне зависимости от национальности, религии, культуры и образования.

6. Предпосылки к появлению территориальной айдентики сложились ещё задолго до её появления, как с позиции функции, так и с позиции приёмов оформления.

7. Современная территориальная айдентика наследует не только функцию геральдики, но и некоторые оформительские приёмы, например, стилизацию, типизацию, модульность и серийность.

8. В современном мире является возможным и практикуется сосуществование официальной государственной символики (герб, флаг) и территориальной айдентики, которая используется для репрезентации города (или страны) в других сферах.

9. Исследование современной территориальной айдентики с позиции искусствоведения (технической эстетики и дизайна) является в высшей мере актуальным, так как научные труды в российском искусствоведении в данной области практически отсутствуют, а практическая область в то же время активно развивается, сталкиваясь с рядом фундаментальных проблем.

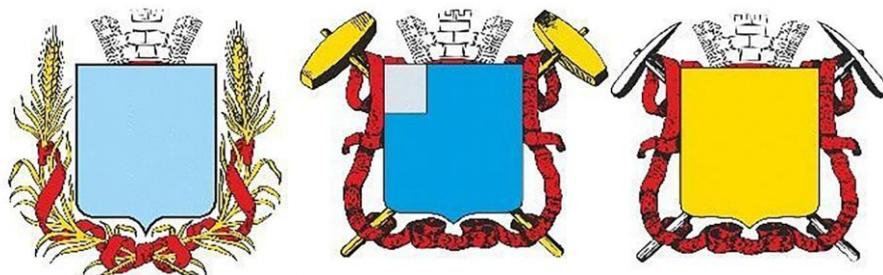


Рис. 1. Проект дополнительных украшений городских гербов по проекту Б. В. Кёне (1869 г.).
 Слева направо: сельскохозяйственные города, промышленные города, горные города
 Fig. 1. The project of additional decorations of city coats of arms according to the project of B. V. Kene (1869).
 From left to right: agricultural cities, industrial cities, mountain cities



Рис. 2. (слева направо): гербы городов Бендеры, Тирасполь, Григориополь и Дубоссары, созданные после реформы русской геральдики Б. В. Кёне
 Fig. 2. (from left to right): coats of arms of the cities of Bendery, Tiraspol, Grigoriopol and Dubossary, created after the reform of Russian heraldry by B. V. Kene



Рис. 3. Айдентика Санкт-Петербурга авторства Студии Артемия Лебедева (2014 г.)
 Fig. 3. The identity of St. Petersburg by the Artemy Lebedev Studio (2014)



Рис. 4. (слева направо): официальные гербы городов Бендеры, Тирасполь, Одесса и Кишинёв, созданные при Советском союзе
 Fig. 4. (from left to right): official coats of arms of the cities of Bendery, Tiraspol, Odessa and Chisinau, created under the Soviet Union



Рис. 5. (слева направо): официальные гербы городов Бендеры, Тирасполь, Григориополь и Дубоссары после распада СССР, в составе Приднестровской Молдавской Республики
 Fig. 5. (from left to right): official coats of arms of the cities of Bendery, Tiraspol, Grigoriopol and Dubossary after the collapse of the USSR, as part of the Pridnestrovian Moldavian Republic

Литература

1. Маслов, М. М. Дизайн территориальной айдентики и брендинг территорий как раздел искусствоведения / М. М. Маслов // *Инновации и дизайн : сборник трудов II международной научно-практической конференции*. – 2022. – № 1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/the-design-of-territorial-identity-in-the-branding-of-territories-as-a-section-of-art-criticism> (дата обращения: 05.07.2023).
2. Анхольт, С. Бренд Америка: мать всех брендов / С. Анхольт, Д. Хильдрет. – М. : Добрая книга, 2010.
3. Anholt, S. Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations / S. Anholt // *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*. – 2011. – Vol. 2. – Iss. 1. – P. 6–12. – URL: <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1>.
4. Котлер, Ф. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. – СПб. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005.
5. Динни, К. Брендинг территорий. Лучшие мировые практики / К. Динни ; под ред. К. Динни ; пер. с англ. Веры Сечной. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013.
6. Стась, А. Новая геральдика. Как страны, регионы и города создают и развивают свои бренды / А. Стась. – М. : Группа ИДТ, 2009.
7. Визгалов, Д. Брендинг города / Д. Визгалов ; предисл. Л. В. Смирягина. – М. : Институт экономики города, 2011. – 160 с.
8. Визгалов, Д. Пусть города живут / Д. Визгалов ; сост. М. Губергриц, Н. Замятина, М. Ледовский. – М. : Сектор, 2015. – 272 с.
9. Родькин, П. Бренд-идентификация территорий. Территориальный брендинг: новая прагматичная идентичность / П. Родькин. – М. : Совпадение, 2016. – 248 с.
10. Edensor, T. National Identity, Popular Culture and Everyday Life / T. Edensor. – Berg Publishers, 2002. – P. 1–35. – URL: https://www.researchgate.net/publication/205836856_National_Identity_Popular_Culture_and_Everyday_Life.
11. Yagou, A. Metamorphoses of Formalism: National Identity as a Recurrent Theme of Design in Greece / A. Yagou. – 2007. – June. – P. 145–159. – URL: https://www.researchgate.net/publication/249251574_Metamorphoses_of_Formalism_National_Identity_as_a_Recurrent_Theme_of_Design_in_Greece.
12. Pollice, F. The Role of Territorial Identity in Local Development Processes / F. Pollice // *The Cultural Turn in Geography*. P. II: Landscape Construction and Cultural Identity : proceedings of the Conference. – University of Trieste, Gorizia Campus (Italy), 2003. – P. 107–117. – URL: https://www.researchgate.net/publication/242122046_THE_ROLE_OF_TERRITORIAL_IDENTITY_IN_LOCAL_DEVELOPMENT_PROCESSES.
13. Stoimenova, B. Visual Brand Identity Design. Conference: Marketing – experience and perspectives / B. Stoimenova // *University of Economics – Varna, 2017*. – P. 346–353. – URL: https://www.researchgate.net/publication/323884367_Visual_Brand_Identity_Design.
14. Соболева, Н. Идентичность Российского государства языком знаков и символов: эмблематики, геральдики, сфрагистики, вексиллологии / Н. Соболева. – М. : ЯСК, 2018. – 668 с.
15. Арсеньев, Ю. В. Геральдика : лекции, читанные в Московском Археологическом институте в 1907–1908 году / Ю. В. Арсеньев. – М. : ТЕРРА – Книжный клуб, 2001. – С. 337–350.
16. Афонасенко, И. М. Дворянские гербы Царства Польского, пожалованные российскими императорами. Т. I (А – Л) / И. М. Афонасенко, С. В. Думин, А. Н. Хмелевский. – М. : Клипарто, 2022. – 448 с.
17. ОР Эрм. 112. Талызин Л. И. Руководство к геральдике, то есть наука о гербах. – Конец XVIII в. – 225 л.
18. Лакиер, А. Б. Глава одиннадцатая. История русских гербов. [§ 55] История гербов в России. Откуда и когда гербы заимствованы Россией. Доказательства, что гербы существовали у нас до Петра Великого. Манифест 1798 года / А. Б. Лакиер // *Русская геральдика*. – 1855.
19. Прокопьев, С. М. Барон Б. В. Кёне и его геральдические реформы / С. М. Прокопьев, Д. Фахрутдинова // *Вестник МГУП имени Ивана Федорова*. – 2016. – № 2. – С. 47–51.
20. Закутнов, О. И. Реформы российской геральдической системы барона Б. В. Кёне / О. И. Закутнов // *Каспийский регион: политика, экономика, культура*. – 2019. – № 1 (58). – С. 9–13.
21. Туристический логотип Санкт-Петербурга. – URL: <https://www.artlebedev.ru/spb/logo/> (дата обращения: 31.07.2023).
22. Наумов, О. Н. Научная геральдика России / О. Н. Наумов ; отв. ред. чл.-корр. РАН С. М. Каштанов. – М. : Старая Басманная, 2013. – 508, VIII с.
23. Маслов, М. М. Территориальная айдентика Приднестровья и пути к формированию бренда страны / М. М. Маслов // *Дизайн и искусство - стратегия проектной культуры XXI века : сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции в рамках Всероссийского форума молодых исследователей*. – М., 2020. – С. 18–24.
24. История города Бендеры (Тигины). Бендерская крепость. – URL: <https://bendery-fortress.com/istoriya-goroda-bendery-tiginy> (дата обращения: 31.07.2023).

THE SYSTEM OF RUSSIAN TERRITORIAL SYMBOLS – FROM THE FIRST COATS OF ARMS TO THE TERRITORIAL IDENTITY AND BRANDS OF PLACES

M. M. Maslov

St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design, St. Petersburg, Russian Federation

The article focuses on Russian heraldry as a means of visual identification of territories and a prototype of modern territorial identity. Heraldry can be viewed as a model not only from the position of its function, but also from the point of view of its formation. The paper considers specific examples of coats of arms in comparison with the general trends in the development of modern territorial symbolism and graphic design. The term «Russian heraldry» in the context of the study implies all stages of its development: tsarist, imperial, Soviet, and post-Soviet. The paper considers modern coats of arms of the Republic of Transnistria, since at all stages (except for the post-Soviet one) this territory was part of the system of Russian territorial symbols. After the collapse of the USSR and gaining independence, Transnistria supports the pro-Russian course which is mainly expressed in its symbolism. They create the replicas of pre-revolutionary coats of arms and use the Soviet coats of arms alongside the new ones, including the coats of arms designed according to the rules of Soviet heraldry. Such turning points in the sphere of visual identifiers as Koehne's heraldic reform in the 19th century, the introduction of Soviet heraldry, the replica of pre-revolutionary heraldry after the collapse of the USSR require a separate detailed study. Due to the specifics of this article they are considered in a limited way, as the paper aims to identify the relationship between traditional forms of symbolism and modern territorial identity.

Keywords: territorial identity, heraldry, coat-of-arms, B.V. Koehne's reform, graphic design, modularity.

References

1. Maslov M.M. Dizajn territorialnoj ajdentiki i brending territorij kak razdel iskusstvovedeniya [Design of Territorial Identity and Branding of Territories as a Section of Art Criticism] // *Innovacii i dizajn: sbornik trudov II mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii*. 2022. Vol. 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/the-design-of-territorial-identity-in-the-branding-of-territories-as-a-section-of-art-criticism>.
2. Anholt S., Hildret J. Brend Amerika: mat vsekh brendov [Brand America: the Mother of All Brands]. M.: Dobraya kniga, 2010.
3. Anholt S. Beyond the Nation Brand: The Role of Image and Identity in International Relations // *Exchange: The Journal of Public Diplomacy*: Vol. 2. Iss. 1. 2011. P. 6–12. URL: <https://surface.syr.edu/exchange/vol2/iss1/1>.
4. Kotler F., Asplund K., Rein I., Haider D. Marketing mest. Privlechenie investitsij, predpriyatij, zhitelej i turistov v goroda, kommuny, regiony i strany Evropy [Place Marketing. Attracting Investments, Enterprises, Residents and Tourists to Cities, Communes, Regions and Countries of Europe]. SPb.: Stockholm School of Economics Saint-Petersburg, 2005.
5. Dinnie K. Brending territorij. Luchshie mirovye praktiki [Branding of Territories. Global Best Practices]; pod red. K. Dinnie; per. s angl. V. Sechnaya. M.: Mann, Ivanov and Ferber, 2013.
6. Stas A. Novaya geraldika. Kak strany, regiony i goroda sozdayut i razvivayut svoi brendy [New Heraldry. How Countries, Regions and Cities Create and Develop Their Brands]. M.: IDT Group, 2009.
7. Vizgalov D. Brending goroda [City Branding]. predisl. L. V. Smirnyagina. M.: Institut ekonomiki goroda, 2011. 160 s.
8. Vizgalov D. Pust goroda zhivut [Let the Cities Live]. sost. M. Gubergrits, N. Zamyatina, M. Ledovskiy. M.: Sektor, 2015. 272 s.
9. Rodkin P. Brend-identifikaciya territorij. Territorialnyj brending: novaya pragmatichnaya identichnost [Brand-Identification of Territories. Territorial Branding: a New Pragmatic Identity]. M.: Sovpadenie, 2016.

10. Edensor T. National Identity, Popular Culture and Everyday Life. Berg Publishers, 2002. P. 1–35. URL: https://www.researchgate.net/publication/205836856_National_Identity_Popular_Culture_and_Everyday_Life.
11. Yagou A. Metamorphoses of Formalism: National Identity as a Recurrent Theme of Design in Greece. 2007. June. P. 145–159. URL: https://www.researchgate.net/publication/249251574_Metamorphoses_of_Formalism_National_Identity_as_a_Recurrent_Theme_of_Design_in_Greece.
12. Pollice F. The Role of Territorial Identity in Local Development Processes // The Cultural Turn in Geography. P. II: Landscape Construction and Cultural Identity: proceedings of the Conference. University of Trieste, Gorizia Campus (Italy), 2003. P. 107–117. URL: https://www.researchgate.net/publication/242122046_THE_ROLE_OF_TERRITORIAL_IDENTITY_IN_LOCAL_DEVELOPMENT_PROCESSES.
13. Stoimenova B. Visual Brand Identity Design. Conference: Marketing – experience and perspectives. Varna: University of Economics, 2017. P. 346–353. URL: https://www.researchgate.net/publication/323884367_Visual_Brand_Identity_Design.
14. Soboleva N. Identichnost Rossijskogo gosudarstva yazykom znakov i simbolov: emblemاتيki, geraldiki, sfragistiki, veksillologii [The Identity of the Russian State Through the Language of Signs and Symbols: Emblems, Heraldry, Sphragistics, Vexillology]. M.: YaSK, 2018. 668 p.
15. Arsenyev Y.V. Geraldika. Lekcii, chitannye v Moskovskom Arxeologicheskom institute v 1907–1908 godu [Heraldry. Lectures Given at the Moscow Archaeological Institute in 1907–1908]. Moscow: TERRA–Book Club, 2001. S. 337–350.
16. Afonassenko I.M., Dumin S.V., Khmelevsky A.N. Dvoryanskie gerby Czarstva Polskogo, pozhalovannye rossijskimi imperatorami [Noble Coats of Arms of the Kingdom of Poland, Granted by Russian Emperors]. Vol. I (A–L). M.: Cliparto, 2022. 448 p.
17. OR Erm. 112. Talyzin L.I. Rukovodstvo k geraldike, to est nauka o gerbax [Guide to Heraldry, that is, the Science of Coats of Arms] // Konets 18 v. 225 s.
18. Lakier A.B. Glava odinnadzataya. Istoriya russkix gerbov. Istoriya gerbov v Rossii. Otkuda i kogda gerby zaimstvovany Rossieyu. Dokazatelstva, chto gerby sushhestvovali u nas do Petra Velikogo [Chapter Eleven. History of Russian Coats of Arms. History of Coats of Arms in Russia. Where and when were Coats of Arms Borrowed by Russia? Evidence that Coats of Arms existed Among us Before Peter the Great]. Manifest 1798 goda // Russkaya geraldika. 1855.
19. Prokopyev S.M. Baron B.V. Kyone i ego geraldicheskie reformy [Baron B.V. Kene and His Heraldic Reforms] // Vestnik MGUP imeni Ivana Fedorova. 2016. № 2. S. 47–51.
20. Zakutnov O.I. Reformy rossijskoj geraldicheskoj sistemy barona B.V. Kyone [Reforms of the Russian Heraldic System of Baron B.V. Koene] // Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kul'tura. 2019. № 1 (58). S. 9–13.
21. Turisticheskij logotip Sankt-Peterburga [Tourist Logo of St. Petersburg]. URL: <https://www.artlebedev.ru/spb/logo>.
22. Naumov O.N. Nauchnaya geraldika Rossii [Scientific Heraldry of Russia]. M.: Staraya Basmannaya, 2013. 508 s.
23. Maslov M.M. Territorialnaya ajdentika Pridnestrovyya i puti k formirovaniyu brenda strany [Territorial Identity of Transnistria and Ways to Forming a Country Brand] // Dizajn i iskusstvo – strategiya proektnoj kul'tury XXI veka: sbornik materialov Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii v ramkax Vserossijskogo foruma molodyx issledovatelej. M., 2020. Vol. 3. 2020. P. 18–24.
24. Istoriya goroda Bendery (Tiginy). Benderskaya krepost [History of the city of Bendery (Tighina)]. URL: <https://bendery-fortress.com/istoriya-goroda-bendery-tiginy>.

Mikhail M. Maslov – Postgraduate Student, St. Petersburg State University of Industrial Technologies and Design (St. Petersburg), e-mail: mihail_123@list.ru

Received August 11, 2023

ОБРАЗЕЦ ЦИТИРОВАНИЯ

Маслов, М. М. Система российской территориальной символики – от первых гербов до визуальной айдентики и брендов мест / М. М. Маслов // Вестник ЮУрГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки». – 2023. – Т. 23, № 4. – С. 62–71. DOI: 10.14529/ssh230407

FOR CITATION

Maslov M. M. 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. Ser. Social Sciences and the Humanities*, 2023, vol. 23, no. 4, pp. 62–71. (in Russ.). DOI: 10.14529/ssh230407