

# ГОРОДСКАЯ МИНИ-СКУЛЬПТУРА КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГОРОДА И ДИВЕРСИФИКАЦИИ ТУРПРОДУКТОВ

**А. А. Гаврилова**

*Российский университет дружбы народов им. Патриса Лумумбы,  
Москва, Россия, 1132227383@pfur.ru*

*Научный руководитель – У. В. Мизеровская, кандидат экономических наук, доцент*

Статья посвящена анализу опыта российских городов по созданию новых элементов городской айдентики в виде мини-скульптур городских символов. Определены и охарактеризованы особенности реализации подобных проектов с точки зрения финансирования и индивидуальных подходов к развитию первоначальной концепции. Более подробно рассмотрен опыт Калининграда и Калуги, чьи мини-символы наиболее востребованы и популярны в информационном пространстве за счет различных факторов их позиционирования. В заключение выявлены положительные эффекты, наблюдаемые в исследованных российских городах, и предложены перспективные направления дальнейшего развития существующих концептов мини-скульптур как одного из новых элементов туристического брендинга городов.

**Ключевые слова:** мини-скульптуры; айдентика; туристическая привлекательность; символы города.

## *Введение*

В последние несколько лет в России наблюдается заметный рост спроса на внутренний туризм, причем особой популярностью пользуются самостоятельные туры, позволяющие не зависеть от временных рамок экскурсии и выбирать объекты просмотра, исходя из собственных предпочтений. По данным аналитических агентств за 2019–2024 гг. доля самостоятельных туристов, путешествующих по России, увеличилась на 11 %, составив 48 % от общего числа туристических поездок, в то время как количество желающих приобрести туры сократилось на 5 % [1]. Однако без сопровождения гида или местных жителей туристам бывает достаточно сложно сориентироваться в незнакомом городе и найти сведения о менее известных культурно значимых объектах, а также построить оптимальный маршрут до каждого из них. Кроме того, самостоятельные поездки наиболее приемлемы для путешествий с детьми, которые не всегда готовы к длительным экскурсиям и восприятию большого объема новой информации. В связи с чем одним из актуальных способов повышения привлекательности города становится развитие туристической навигации с одновременным созданием универсальных турпродуктов, рассчитанных на различную целевую аудиторию. Городские власти также заинтересованы в формировании собственной идентичности города,

способствующей привлечению туристов и его выделению на фоне конкурентов. При этом в контексте самостоятельного туризма традиционные составляющие туристического потенциала – история, архитектура, монументы и музеи – перестают играть ключевую роль, а наибольшую ценность приобретают уникальные арт-объекты, способные как улучшать эстетический облик города, так и выполнять роль функциональных элементов городской инфраструктуры.

На сегодняшний день одним из наиболее популярных направлений развития городской среды и повышения ее туристической привлекательности является создание малых архитектурных форм, в частности бронзовых мини-скульптур – символов города.

#### *Опыт российских городов*

Концепция создания и размещения мини-скульптур возникла из идеи установки обычных жанровых монументов, связанных с какими-либо значимыми образами в городе. Первым российским городом, где в 2016 г. появилась серия мини-скульптур, был Серпухов. Официальным символом города является павлин, тринадцать миниатюрных фигурок которого впоследствии были расположены на городских улицах. В то же время сама задумка мини-скульптуры появилась гораздо раньше и фактически была реализована в Санкт-Петербурге в виде знаменитого монумента Чижику-Пыжику. При этом размер памятника был обусловлен реальным размером птицы и нерациональностью его масштабирования.

В 2018–2021 гг. серии городских мини-скульптур были созданы в Рязани (Грибы с глазами) [2] и Калининграде (Хомлины). Оба проекта были предложены самими горожанами и носили экспериментальный характер, так как формат мини-фигурок позволял установить их практически в любом месте, без привязки к архитектуре. После успешной реализации опыт стал масштабироваться и с 2022 г. ещё в девяти городах появились городские жанровые мини-скульптуры, среди которых Калужские Космонавты, Костромские Зайцы, Светлогорские Светлоежики, Псковские Барсики и др [3]

Исходя из аналитики запросов в поисковых системах, арт-объекты сразу же становятся популярны в информационном пространстве и привлекают внимание как туристов, так и местных жителей. Максимальное количество запросов, связанных с мини-скульптурами, в поисковой системе Яндекс наблюдается в пик туристической активности в летние месяцы, но и общая востребованность мини-скульптур также растет, что выражается в увеличении обоих экстремумов показателя количества запросов соответствующей тематики. Например, в Калининграде максимум поисковых запросов с августа 2020 г. до августа 2025 г. увеличился более чем в пять раз и составил 25,5 тыс., половина из которых приходилась на Калининградскую область. В Пскове после появления мини-

скульптур Барсиков в декабре 2023 г. количество запросов сразу же достигло 1 тыс., к августу 2025 г. показатель вырос в 1,5 раза, при этом заметно увеличилась доля запросов, осуществленных не с территории региона.

Интересно, что в ряде городов администрация не принимает участия в финансировании данных проектов, и создание объектов полностью обеспечиваются за счет средств частных инвесторов и заинтересованных сторон [4]. Подобная инициатива активно реализуется в Калуге, где в 2025 г. была установлена ещё одна фигурка космонавта, созданная по заказу клининговой компании города. Мазайские Зайцы в Костроме также были профинансированы местным предпринимателем и автором проекта Вячеславом Тимофеевым. Таким образом, установка бронзовых фигурок все чаще становится «народной» инициативой, но приносит немалую финансовую выгоду городу как в части сувенирной продукции, так и благодаря увеличению туристической привлекательности территории.

Кроме разработки уникального образа символа и тематической направленности арт-объектов, каждый город выбирает свой концепт интеграции фигурок в городскую среду.

#### *Кейс Калининграда*

Кейс с калининградскими Хомлинами интересен тем, что, будучи одним из первых реализованных проектов с мини-скульптурами, авторами было принято решение остановиться на изначально утвержденных семь бронзовых фигурках. Проект был предложен дизайнер-декоратором Наталией Шевченко и её супругом Сергеем, проживающими в Калининграде. При этом первые образы Хомлинов появились случайно во время разговора девушки по телефону, и первоначально должны были стать персонажами компьютерной игры. Воплотить фигурки в жизнь предложил знакомый Наталии Шевченко скульптор Андрей Следков, в результате чего в городе появилась семья Хомлинов. В Калининграде, в отличие от остальных городов, сделан акцент на дальнейшем развитии концепта за счет мифологизации и выпуска историй о существующих персонажах и местах Калининграда, связанных с Хомлинами (например, в кафе «Хомлины» можно попробовать кашу бабушки Марты) [5]. При этом на этапе разработки проекта было решено устанавливать фигурки в наиболее людных местах и вблизи достопримечательностей (на перилах Медового моста на острове Канта, вблизи Зоопарка и Музея Янтаря и т. п.) для обеспечения сохранности скульптур. Сегодня все Хомлины объединены в единый туристический маршрут, проходящей по историческому центру города. Кроме того, идея с Хомлинами коммерциализируется через сувенирную продукцию, а инициаторы проекта открыли

собственную лавку-кафе «Мастерская Хомлинов», привлекающую значительное количество посетителей своим аутентичным дизайном.

### *Кейс Калуги*

Другой подход к развитию концепции мини-скульптур демонстрирует кейс Калуги. На данный момент в городе располагаются более 30 мини-космонавтов, и их количество постоянно увеличивается. Каждый желающий «инвестировать» в развитие городской среды и оставить свой след в истории Калуги имеет возможность заказать «свою» фигурку, при условии согласования образа и места установки с городскими административными службами. Самый первый Космонавтик был установлен около Калужского областного драматического театра по инициативе его директора Александра Кривовичева в 2023 г. Отличительной чертой калужских космонавтов является разнообразие и отсутствие единой тематической направленности: одни арт-объекты связаны с профессиями (Космонавтик-офтальмонавтик, Космонавтик-строитель Петя, Космонавтик-урбанист и др.), другие – с социальной ответственностью горожан (Космонавтик с листочком, Космонавтик Надя), третьи – с важными историческими датами для Калуги (Космонавтик Тая). При этом фигурки устанавливаются в произвольных местах и без привязки к другим туристическим объектам. Эффект от реализации проекта определенно повлиял на туристический поток в масштабах всего региона: согласно данным Росстата, количество туристов в Калужской области за год увеличилось более чем на 30 % и превысило 1 млн чел. В 2024 г. в виду большого числа мини-скульптур туристическими порталами и турагенствами города предлагаются тематические квест-экскурсии по поиску фигурок, такие как «В поисках десяти космонавтиков», «Секреты калужских космонавтиков», детская экскурсия «Космический квест» и др.

Таким образом, несмотря на схожую идею создания серии мини-скульптур в каждом городе по-своему интерпретируется концепция подобного брендинга территории и реализуются различные варианты дальнейшего развития, что делает опыт городов уникальным, несмотря на единство первоначального концепта.

### *Выводы*

Как видно из изученных кейсов, первоначально идея создания мини-скульптур была основана на стремлении совместить типичный образ горожанина, представителя конкретного слоя общества и профессии, с символом города. Однако впоследствии подобные арт-объекты стали реальным инструментом развития отрасли и формирования брендинга территории.

Исходя из имеющегося опыта российских городов можно выделить ряд преимуществ от реализации таких проектов:

1) геймификация отрасли и трансформация турмаршрута в квест позволяет создавать турпродукт, рассчитанный на широкую аудиторию;

2) рост туристической привлекательности города способствует увеличению турпотока, а концепция с мини-скульптурами впоследствии приобретает коммерческий характер;

3) привлечение горожан к развитию городского пространства создает возможности для самореализации представителей творческих слоёв населения и повышения качества городской среды при минимальных расходах городского бюджета;

4) создание турпродукта интересного и понятного детям в городах, позиционирующих себя как исторические центры способствует развитию массового туризма;

5) размещение фигурок вблизи достопримечательностей обеспечивает популяризацию малоизвестных объектов в городе;

6) совмещение просветительской и эстетической функций позволяет минимизировать затраты туристов на поиск достоверной информации.

При этом, как показывает практика, концепция создания мини-скульптур имеет большой потенциал для развития, в связи с чем можно выделить перспективные направления разработки будущих проектов:

1) применение мини-скульптур для обеспечения туристической навигации через создание серии самостоятельных тематических маршрутов (исторических, гастрономических и др.) в городах, где представлены мини-скульптуры с несколькими различными тематиками;

2) при наличии оптимального количества мини-скульптур в городе возможна реализация идеи квеста с поощрительными призами;

3) постепенное размещение или создание тематических мини-скульптур в честь значимых дат позволит увеличить лояльность туристов и обеспечит неоднократное посещение города;

4) олицетворение символа города в виде мини-скульптуры даёт возможность для коммерциализации идеи в ряде сфер, связанных с туризмом предприятиями общественного питания и размещения за счёт создания дополнительных атрибутов, связанных с символом (историй, мифов, блюд, дизайна и оформления номеров);

5) привлечение организаций и частных лиц туристической сферы к непосредственному развитию отрасли и установке мини-скульптур для создания дополнительных стимулов к посещению конкретных достопримечательностей.

### *Заключение*

Создание миниатюрных скульптур в городах не следует рассматривать как простое копирование одной концепции. Мини-фигурки становятся дополнительными арт-объектами города и достаточно часто основаны на образах, содержащихся в его официальной айдентике. Реализа-

ция подобных проектов имеет большое количество положительных эффектов, в частности способствует усилению сплоченности городских сообществ, развитию городской идентичности и росту туристической привлекательности территории. Кроме того, как показывает опыт Калининграда, установку городских мини-скульптур можно считать одним из этапов масштабного проекта по непосредственной интеграции символов в городскую среду, имеющего ряд перспективных направлений дальнейшего развития, что позволяет говорить о мини-скульптурах как об одном из новых проявлений брендинга городов.

### Библиографические ссылки

1. Доля путешествующих самостоятельно россиян за 5 лет выросла на 11 % // Сетевое издание «Интерфакс-Россия», 28 июня 2024. URL: <https://www.interfax-russia.ru/tourism/news/dolya-puteshestvuyushchih-samostoyatelno-rossiyan-za-5-let-vyroslo-na-11> (дата обращения: 30.10.2025).

2. Клейман К. Пионер, профессор и рыбачок. Летом в Рязани появятся новые мини-скульптуры «грибов с глазами» // Интернет-портал «Рзн.инфо», 25 мая 2022. URL: <https://m.rzn.info/articles/pioner-professor-i-rybachok-letom-v-ryazani-poyavyatsyanovye-mini-skulptury-gribov-s-glazami-59381.html> (дата обращения: 29.10.2025).

3. Шиханов А. Мал, да удал: где в Центральной России искать мини-скульптуры // Интернет-портал «Российской газеты», 03 сентября 2025. URL: <https://rg.ru/2025/07/03/reg-cfo/mal-da-udal-gde-v-centralnoj-rossii-iskat-mini-skulptury.html?ysclid=mhd6uk32ld12552030> (дата обращения: 29.10.2025).

4. Космонавтики ищут спонсоров для побега из колыбели // Интернет-портал «Калугахаус», 18 мая 2023. URL: <https://media.kalugahouse.ru/s/kosmonavtiki/> (дата обращения: 28.10.2025).

5. Мельникова В. Зачем по Калининграду разбросали хомлинов и как они стали достопримечательностью // Metro Moscow, 16 сентября 2025. URL: <https://www.gazetametro.ru/articles/zachem-po-kaliningradu-razbrosali-homlinov-i-kak-oni-stali-dostoprimechatelnostju-16-09-2025?ysclid=mhc0a6bqlx738481727> (дата обращения: 29.10.2025).