

## ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ: ОТ ПРОМЫШЛЕННОГО РЕГИОНА К АГЛОМЕРАЦИИ БУДУЩЕГО

Матюненко Ю.А.<sup>1</sup>

Весной и летом 2019 года Свердловская область, а именно, город Екатеринбург не сходили с полос федеральных изданий. Причина была вызвана спором горожан относительно застройки центральной части города: строительство храма или сохранение сквера? Впрочем, это не первый конфликт в регионе, попадающий в федеральные СМИ: внутриэлитные политические дискуссии все чаще становятся объектом внимания экспертов и исследователей. При этом регион демонстрирует устойчивое развитие, сохраняется инвестиционная привлекательность, готовятся и реализовываются крупные региональные проекты. Однако, позиционирование региона в прессе не включает в себя крупных культурных, социальных и экономических проектов, имеющих в регионе. В данной статье с помощью качественного контент-анализа будут изучены основные способы позиционирования региона, а также попытки формирования имиджа и бренда региона.

Ключевые слова:

*Свердловская область, региональный бренд, политическое позиционирование, Екатеринбург.*

---

<sup>1</sup> Матюненко Юлия Алексеевна – стажер-исследователь научно-учебной лаборатории исследований в области бизнес-коммуникаций Национального исследовательского университета «Высшая школа экономики». Адрес: 101000, Москва, ул. Мясницкая, д. 20. E-mail: yumatyunenko@hse.ru.

## АКТУАЛЬНОСТЬ

Федеральная пресса в последние несколько месяцев уделяла немало внимания Свердловской области. Однако, поводом стали не многочисленные региональные проекты по промышленности и туризму, а социальный протест, связанный со строительством храма на месте сквера. В течение нескольких недель в Екатеринбурге проходили пикеты, организованные противниками строительства религиозного сооружения. Протесты, имевшие широкую огласку, закончились только после вмешательства Президента В.В. Путина, который поручил разобраться в ситуации и высказал свою позицию: «Храм – не место раздора». В результате конфликта общественности и РПЦ в регионе состоялась весьма редкое для российского политического процесса разрешение конфликта: был проведен региональный опрос о местоположении храма. Несмотря на то, что референдум жителей проведен не был (одно из требований протестующих жителей), результаты опроса были услышаны. Так как почти 70% опрошенных высказались против строительства храма на месте сквера, РПЦ приняла решение не строить храм.

Конфликт, описанный выше, демонстрирует несколько федеральных и региональных особенностей при позиционировании острых социальных тем:

- во-первых, конфликтность имеет большой новостной спрос, а, следовательно, и освещение в прессе;

- во-вторых, открытый социальный конфликт достаточно редкое явление для российской практики, что увеличивало интерес федеральных СМИ к проблеме;

- в-третьих, интерес к теме был продолжением тренда на маркирование Свердловской области как региона, внутри кото-

рого наблюдаются крупные конфликтные ситуации, имеющие федеральный резонанс.

О третьем тезисе стоит поговорить детальнее. Каждый российский регион имеет свою специфику и, следовательно, конфликты. Отличие Свердловской области заключается в том, что регион попадает в федеральные СМИ, порой, как пример гражданской осознанности и самостоятельности. Только за последние несколько лет можно выделить около 10-ти крупных конфликтов: конфликт губернаторского корпуса и администрации Екатеринбурга; противостояние Е. Куйвашева и Е. Ройзмана на выборах 2017 года; выдвижение биатлониста А. Шипулина на праймериз Единой России на выборах в Государственную думу; экологические конфликты (например, конфликты с мусорным полигоном в Нижнем Тагиле); открытое подтверждение невозможности обеспечения школьного образования в 1 смену в регионе; скандал с чиновницей О. Глацких, заявившей, что «Государство ничего не должно молодежи», и ее последующее увольнение с поста главы департамента молодежной политики; низкая поддержка партии Единая Россия (всего 40,53% голосов избирателей); зарплатные задолженности в ряде градообразующих предприятий и, как следствие – протесты в регионе; коррупционные скандалы 2017/2018 года по поводу капитального ремонта жилищного фонда в регионе.

Специфика конфликтности позволяет судить о том, что позиционирование региона во многом выстраивается именно по проблемам и точкам несогласия горожан. Ключевым исследовательским вопросом данной статьи является следующий: как происходит позиционирование Свердловской области в федеральных и региональных СМИ, а что остается за рамками освещения прессы? Ответить на этот вопрос представляется возможным с помощью методологии каче-

ственного контент-анализа. В статье будут подробно изучена федеральная и региональная пресса, после чего будут проанализированы основные области позиционирования региона.

## СТЕПЕНЬ РАЗРАБОТАННОСТИ ПРОБЛЕМЫ

Тема политического позиционирования является крайне актуальной проблематикой для зарубежной и отечественной литературы. Однако меньше внимания исследователи уделяют региональному позиционированию. Научная полемика возникает вокруг самого термина «политическое позиционирование», на определение которого существует несколько точек зрения. Поскольку позиционирование связано с экономической школой, то и оценивание субъекта может происходить по критерию его успешности во время электорального процесса. Кроме того, остаются разные мнения относительно того, является ли позиционирование частью политической рекламы или эти две части коммуникации разделены.

В американской политической науке формирование позиционирования в качестве отдельного коммуникационного звена появилось благодаря теории Энтони Даунса, описавшего идеологический спектр в качестве прямых идеологических предпочтений по проблематике. Каждый кандидат, оглашая публично свою позицию по тому или иному вопросу, определялся на прямой предпочтений электората. Публичное изменение позиции по какому-либо ключевому вопросу могло изменить ход выборов в случае, если электорат и политик придерживались схожей позиции по ключевым вопросам [21].

Американские исследователи Джек Траут и Стив Ривкин в 1979 г. отметили, что позиционирование, хоть и разделено с

брендом продукта, но изучать их нужно в совокупности. По мнению исследователей: "позиционирование - не как то, что производитель делает со своим товаром, а как его воздействие на сознание покупателей» [24]. Несмотря на то, что теория о позиционировании касалась экономической составляющей, для становления теория брендинга было немало заимствовано: признаки, по которым можно осуществлять позиционирование (новый продукт, старый продукт, но измененный и пр.), основные ошибки представления продукта, стратегия полного цикла позиционирования, выстраивание системного подхода [24].

Российский исследователь Роман Голованов в статье «Политическое позиционирование как форма политической коммуникации» выделяет позиционирование в особую форму коммуникационных возможностей. Однако, по мнению автора, необходимо отделять экономическое позиционирование бренда от политического позиционирования, поскольку оно отличается несколькими признаками. Во-первых, в политическом позиционировании нет места «продажи» товара, а значит представляется затруднительным оценить уровень полезности, измеримой в денежном эквиваленте. Во-вторых, целью политического позиционирования может служить повышения уровня доверия, которое является составной частью коммуникации [17].

Исследователь Юлия Кудашова в статье «Роль и значение в массовой коммуникации в политическом позиционировании региона» термин позиционирования определяет в качестве «способа производства особого вида информации и обеспечение ее трансляции в соответствующие группы» [19]. Политическое позиционирование обладает рядом особенностей: выстраивание «образа» региона происходит в медиапро-

странстве, то есть носит виртуальный характер; транслятор образа (средства массовой информации) привносит эмоциональный оттенок; получатели созданного образа физически могут не присутствовать на территории, но могут формировать дискурс относительно полученной информации. Кроме того, медиaprостранство является искусственно созданной средой, которая может зависеть от социокультурных установок населения страны, в которой находится транслятор позиционирования субъекта [19].

Продолжая проблематику регионального позиционирования, Ю. Кудашова в материале «Политическое позиционирование в территориальном аспекте» исходит из того, что формирование позиционирования регионального субъекта невозможно без территориальной принадлежности. В свою очередь, территориальная принадлежность содержит экономический, политический и общественный потенциал, при пересечении которых можно выделить "территориальный продукт". Территориальный продукт создаётся, исходя из природных и технических ресурсов конкретного региона, населения, которое ассоциируется с данной территорией (культурная и языковая принадлежность), и политико-административной системы, которая может создать спрос на региональный продукт, обуславливая тем самым, позиционирование региона, исходя из коннотативного кода, который был заложен в процессе создания продукта [18].

Второй материал Ю. Кудашовой «Позиционирование как технология формирования конкурентоспособной позиции региона в политическом пространстве» посвящен моделям выстраивания позиционности региона. По мнению автора, позиционирование региона зависит от целей, которых нужно достичь в процесс создания соответ-

ствующего кода. Региональное позиционирование затруднительно осуществлять без коммуникационной стратегии, которая включает в себя: каналы освещения информации, акторов позиционирования, вспомогательные объекты – территориальный продукт, например, сплав металла или ювелирный сплав [17].

Эксперты в области регионального формирования бренда С. Устинкин и Ю. Полякова в работе «Коммуникативная составляющая в позиционирование во власти региональных элит (на примере ряда регионов Приволжского федерального округа)» анализируют отличия форм позиционирования в зависимости от экономического достатка региона. По мнению авторов, регионы с высоким уровнем достатка чаще апеллируют к этнической и культурной составляющей в позиционировании регионального бренда, в то время как регионы средней успешности проецируют успех, исходя из экономического достатка и успехов в области улучшения инвестиционного климата [32].

Исследователь А. Богатырёв в материале, посвященном процессу формирования брендинга Свердловской области, выделяет несколько сфер выделения региональных брендов. Автор считает, что образ Свердловской области формируется наряду с образом г. Екатеринбурга. Уникальными характеристиками для формирования образа служат: паломнические места, металлургическая промышленность, горнодобывающая промышленность, культурная и историческая принадлежность региона. По мнению автора, можно выделить несколько типов имиджа региона: социальный имидж роли региона для всей страны, имидж бизнес-сообщества, имидж региональной элиты [2].

Анализируя литературу, стоит отметить, что региональное позиционирование и

позиционирование политического субъекта отличаются. Территориальное позиционирование должно предполагать развитие территориальных продуктов, создающих имидж региона, при этом, оно не может быть в отрыве от культурных и исторических традиций региона.

## ФЕДЕРАЛЬНОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Изучение региональной специфики стоит начать с внешнего позиционирования региона, а точнее, с федеральной прессы. Для этого было отобрано несколько материалов по основным упоминаниям Свердловской области в федеральной прессе (Таблица 1).

Табл. 1. Дайджест новостных лент федеральных СМИ по Свердловской области.

Новость	Позиционирование	Тип источника	Источник, дата публикации
Екатеринбург станет местом проведения летней Универсиады 2023 года [11]	- Крупный спортивный проект; - Готовая инфраструктура; - Единственный регион, принявший участие в проекте [10].	Федеральное СМИ	Ведомости, 2 июля 2019 г.
Екатеринбургская епархия отказалась от строительства собора в сквере [16]	- Политический конфликт: противники строительства храма протестуют намеренно и по политическим соображениям; - Недостаток храмов в городе; - Идея народного референдума и попытка отстаивания граждан права на архитектурный облик города.	Федеральное СМИ	Ведомости, 16 июня 2019 г.
Экологи назвали самые чистые и грязные регионы России [32]	Свердловская область является самым загрязненным регионом РФ.	Федеральное СМИ	Ведомости, 5 июня 2019 г.
Evraz нашел себе сырье на 100 лет [28]	Международная компания Evraz проинвестирует добычу железной руды из крупнейших залежей Урала.	Федеральное СМИ	Ведомости, 27 мая 2019 г.
Siemens и РФПИ инвестируют в проект скоростной железной дороги на Урале [36]	Крупнейшая скоростная магистраль в России между Екатеринбургом и Челябинском; Одна из крупнейших агломераций страны – уральская агломерация	Федеральное СМИ	Ведомости, 15 февраля 2019 г.
Екатеринбург окутала дымка с неприятным запахом неизвестного происхождения [12]	Серия новостей, посвященных экологическому состоянию региона, вызванных летними пожарами.	Федеральное СМИ	Интерфакс, 20 июля 2019 г.
Задыхаются в дыму: кто травит жителей Урала [20]	Челябинская компания по изготовлению битумных смесей «Оливин» признала факт утечки вредной пыли.	Федеральное СМИ	Газета RU, 24 июля 2019 г.

В преддверии Универсиады в Екатеринбурге построят мед-центр за 800 млн [5]	Е. Куйвашев встретился с министром здравоохранения В. Скворцовой, попросив заложить в федеральный бюджет средства на Центр (дискурса о реализации пока что нет).	Федеральное СМИ	Газета RU, 17 июля 2019 г.
Мэр Нижнего Тагила заставил дорожников проехаться по улицам города в инвалидных колясках [22]	Поднятие имиджевой проблематики, в ходе которой были поручения относительно устранения ям на дорогах для передвижения в инвалидных колясках.	Федеральное СМИ	Газета RU, 15 июля 2019 г.
Олимпийский чемпион Шипулин подал документы для участия в выборах в Госдуму [26]	- Экс-биатлонист заявил о своем окончательном решении об участии в выборах в Госдуму; - Участие А. Шипулина в праймериз сопровождалось огромным количеством конфликтов.	Федеральное СМИ	Газета RU, 15 июля 2019 г.
Россия удвоила объем вложений в науку с 2010 года – до 1,1 трлн рублей [20]	- Д. Козак заявил, что наука станет одной из приоритетных сфер для финансирования, поскольку от науки ожидается прорыв; - Международная выставка Иннопром позиционируется как совместное мероприятие министерства промышленности и торговли РФ и правительства Свердловской области.	Федеральное СМИ	Газета RU, 15 июля 2019 г.
Списать, нельзя помиловать: как спасти регионы от долгов? [33]	Среди регионов должников оказались 84 региона РФ, среди них и Свердловская область (большая доля муниципальных кредитов).	Федеральное СМИ	Газета RU, 24 мая 2019 г.

Видно, что федеральная пресса активно пишет про Свердловскую область. При этом позиционирование региона базируется на нескольких установках:

- во-первых, регион представляется как успешный и богатый, а потому новости о кредитных задолженностях, взятых на погашение социальных пакетов, освещаются как негативные;

- во-вторых, выделяются несколько основных тематик: участие Свердловской области в международных проектах; проблема экологии и мусорная война; Свердловская область как научный кластер; сохранение

привычного позиционирования региона как столицы промышленности; создание туризма на Урале;

- в-третьих, в регионе не наблюдается новостного дефицита: помимо привычного ранжирования регионов (вследствие чего, можно наблюдать упоминание тех или иных регионов) происходит насыщение информационного поля с помощью местных событий. Мы знаем, что событийная информационная повестка становится редкостью для регионов. Регионы либо упоминаются с негативными коннотациями (самый дотационный/грязный/депрессивный и пр.), либо приводятся только успешные примеры

– города федерального значения, ХМАО, ЯНАО;

- в-четвертых, федеральная пресса освещает события либо в Свердловской области в целом или акцентирует внимание на столице региона. При этом почти нет маркирования территориальной специфики (отсутствует упоминание других городов или муниципальных образований).

Для понимания того, как выстраивается образ Свердловской области, стоит детальнее рассмотреть внутреннее позиционирование региона, а также ключевые блоки формирования бренда, на которых акцентирует внимание пресса.

## ВНУТРЕННЕЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Региональная пресса Свердловской области продолжает федеральную тенденцию по освещению, прежде всего, ключевых проблем и ведущих региональных проектов (Таблица 2).

Региональная пресса уделяет большое внимание внутриэлитным конфликтам, социальным проблемам региона (в частности, экологии и образованию). В ходе анализа удалось выявить несколько ключевых блоков позиционирования региона, которые будут рассмотрены далее. Мы намеренно снижаем роль позиционирования региона в качестве промышленной столицы России, поскольку нашей задачей является выявление новых сфер для формирования региональных брендов.

Табл. 2. Региональное позиционирование региона в местной прессе.

Новость	Позиционирование	Тип источника	Источник, дата написания
«Здравый подход» выбросили в мусор [14]	- Своз мусорных отходов на полигон Нижнего Тагила со всего региона, при том, что строительство полигона начнется только в 2020 году; - Завышенная стоимость тарифного плана.	Региональные СМИ	Коммерсант (Екатеринбург), 13 декабря 2018 г.
Власти Екатеринбурга не смогут до 2021 г. перевести начальную школу на обучение в первую смену [7]	- В Свердловской области остается острая проблема с нехваткой мест в образовательных учреждениях; - Для ликвидации сменности требуется порядка 40 млрд. руб., средств нет.	Региональные СМИ	Коммерсант (Екатеринбург), 17 июля 2019 г.
На развитие Верхней Салды до 2030 г. планируется выделить 63,2 млрд руб. [23]	Комплексное развитие муниципального образования г. Верхние Салды (реконструкция коммуникаций, дорог, жилищного фонда).	Региональные СМИ	Коммерсант (Екатеринбург), 16 июля 2019 г.
В конце июля начнутся продажи турпродуктов кластера «Гора Белая» [4]	Развитие туристического кластера рядом с заповедной территорией.	Региональные СМИ	Коммерсант (Екатеринбург), 10 июля 2019 г.

Выставка Иннопром-2019 [3]	Низкое освещение выставки в СМИ (несмотря на то, что выставка носит международный характер).	Региональные СМИ	Коммерсант (Екатеринбург), 7 июля 2019 г.
УрФУ подаст заявку на создание научно-образовательного центра весной 2020 г. [30]	Научно-образовательный центр должен стать кластером инноваций и науки на Урале.	Региональные СМИ	Коммерсант (Екатеринбург), 28 июня 2019 г.
Завершилось строительство конгресс-центра в Екатеринбурге [13]	- Сдача крупного строительного объекта в регионе; - Крупный международный саммит по производству, который почти не освещался.	Региональные СМИ	Коммерсант (Екатеринбург), 16 июня 2019 г.
Тунгусов нашел способ, как добиться отставки мэра Екатеринбурга [10]	Политическая конфронтация региональных и городских элит региона.	Региональные СМИ	URA.RU (Свердловская область), 24 июля 2019 г.
Зачем власти ведутся на мелкие протесты в Facebook и почему это опасно [6]	Политическое позиционирование губернатора и его команды во многом происходит в соц. сетях, где политики первыми обозначают проблему во избежание протестов в регионе (что может повлечь отставку губернатора).	Региональные СМИ	URA.RU (Свердловская область), 20 июля 2019 г.
Главные промышленники Тагила готовят городу беспрецедентный подарок [9]	Главная промышленная компания города - ЕВРАЗ НТМК - запустила экологические доменные печи, позволяющие минимизировать выбросы углекислого газа в воздух.	Региональные СМИ	URA.RU (Свердловская область), 20 июня 2019 г.

## СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ - РЕГИОН ПЯТИЛЕТОК

Свердловская область использует нетипичный для современных российских реалий подход к планированию своего развития. Кооптация элитного пула (бизнес, власть, эксперты, ученые) позволяет создавать программные документы по анализу состояния региона и стратегии развития. В регионе используется 2 типа планирования: среднесрочное и долгосрочное. Пример среднесрочного планирования – проект «Пятилетка развития Свердловской области» (последняя пятилетка с 2017-2021 гг.). В задачи пятилетки входят: детализация дол-

госрочной стратегии, промышленный рост региона, улучшения качества жизни граждан и социальной политики, устранение проблемных зон в регионе. Долгосрочное планирование представлено в Стратегии социально-экономического развития Свердловской области на 2016-2030 годы. Поскольку в пятилетке развития указано немало проектов, реализующихся в наши дни, то стоит изучить подробнее данный документ. Документ начинается с аналитики и оценки результатов предыдущего программного документа. В свою очередь, аналитика включает в себя пул проблемных сфер региона с детализацией (Таблица 3).



Табл. 3. Проблемы Свердловской области, указанные в Пятилетке развития 2017-2021 гг.

Сфера проблемы	Детализация проблем
Образование	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Школьное образование в несколько смен;</li> <li>• Неиспользуемый потенциал региона с точки зрения развития высшего образования;</li> <li>• Нереализованный потенциал высших учебных учреждений (сложности, связанные недофинансированием образования, низкий уровень развития научного кластера).</li> </ul>
Экология	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Огромный уровень потребления пластика, сопряженный с выбросами (проблемы с вывозом мусора);</li> <li>• Переработка мусора;</li> <li>• Высокая степень выбросов углекислого газа в атмосферу.</li> </ul>
Экономика	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Долг региона;</li> <li>• Долги муниципалитетов перед регионом;</li> <li>• Отсутствие зон свободной торговли;</li> <li>• Низкий уровень инвестиционной привлекательности в регионе (отток капитала из региона);</li> <li>• Низкий уровень привлечения новых игроков на рынок (мало среднего бизнеса на рынке);</li> <li>• Низкий уровень поддержки малого бизнеса.</li> </ul>
Социальная сфера	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Низкая транспортная доступность и замораживание транспортной реформы;</li> <li>• Слабый потенциал высокоскоростных линий коммуникации, как следствие сложность реализации коммуникации в высокотехнических сферах бизнеса;</li> <li>• Неоднородность экономического развития Свердловской области (МО на севере богаче, но низкая политическая поддержка муниципальных образований);</li> <li>• Низкий уровень медицинской доступности первой необходимости.</li> </ul>

Однако, «Пятилетка развития» это не только перечень региональных проблем, но и программа ключевых проектов региона, которые будут реализованы в ближайшие годы. Исходя из программного документа, можно зафиксировать 5 ведущих региональных проектов (Таблица 4).

Позиционирование региона выходит за пределы региона как промышленного

центра. Наблюдается обозначение ключевых сфер деятельности региона как полноправного экономического актора, действующего не только на Урале, но и в пределах страны и мира. Кроме того, становится очевидным, что в рамках задач видна специфика потенциальной агломерации региона с другими областями.

Табл. 4. Несущие проекты Свердловской области, указанные в Пятилетке развития 2017-2021 гг.

Несущие проекты Свердловской области	
1.	Проект «Уральская инженерная школа».
2.	Свердловская область – центр международной конгрессно-выставочной деятельности;
3.	Проект по подготовке и реализации Чемпионата мира по футболу FIFA 2018 в России (в г. Екатеринбурге);
4.	Проект «Развитие территорий», включающий 5 подпроектов: 4.1. Развитие агломераций Урала; 4.2. Агломерация «Большой Екатеринбург»; 4.3. Стратегии городов; 4.4. Моногорода; 4.5. Устойчивое развитие сельских территорий.
5.	Промышленные проекты, включающие 5 подпроектов: 5.1. Малая авиация; 5.2. Химический кластер; 5.3. Машиностроение; 5.4. Лесопереработка; 5.5. Реализация товаров народного потребления.

## СВЕРДЛОВСКАЯ ОБЛАСТЬ - РЕГИОН МЕЖДУНАРОДНЫХ ПРОЕКТОВ

Как было выявлено ранее, в регионе происходит немало культурных, деловых, спортивных событий. Однако, очевидным остается тот факт, что амбиции губернаторской команды, крупного бизнеса намного шире, чем статус региона как промышленного центра.

Ключевое событие, происходящее каждый год в регионе, международная промышленная выставка «ИННОПРОМ». Выставку называют самой быстрорастущей в Евразии, а также одной из самых результативных: цифры заключенных торговых договоров превышают затраты на выставку в несколько сотен раз. У выставки несколько принципиальных задач, причем многие из них менялись на протяжении нескольких выставочных циклов. Во-первых, «ИННО-

ПРОМ» – политическая площадка: на выставку приезжает федеральная элита, губернаторский корпус. Присутствие высокопоставленных чинов повышают статус мероприятия с одной стороны, с другой, крупное мероприятие необходимо и для федеральной повестки. Во-вторых, международная промышленная выставка представляет последние разработки в сфере металлургии, машиностроения, индустриальной автоматизации (робототехника, BigData и др.), моделирования. В-третьих, наличие тематических форумов с приглашением зарубежных экспертов по заявленным тематикам. В-четвертых, самая важная часть в сфере результативности выставки – возможность заключения сделок, привлечение инвесторов под проекты, поиск идей и сотрудников для новых проектов. В-пятых, организаторы выставки учредили конкурс на статус лучшего технического учреждения (победители по-

лучают денежный приз на реализацию проекта, а в последующем, контракт для решения проблемы). Продолжением выставки с 2019 г. является перенос опыта Свердловской области - аналогичная выставка у коллег из Египта.

Наряду с промышленной выставкой, в городе проходило не менее крупное мероприятие – июльский глобальный саммит по производству и индустриализации (GMIS – 2019). Данное мероприятие было международным, созданным как возможность поговорить о современных трендах в экономике. Темой данного года стала экология и ее интеграция в малый бизнес. Однако, несмотря на статус мероприятия, его освещение в прессе было минимальным. С одной стороны, данный факт можно объяснить перенасыщением информационной повестки мероприятиями «ИННОПРОМа», с другой стороны, подтвердилась тенденция Свердловской области: мероприятиям недостает популяризации в СМИ.

Амбиции руководства города отразились в заявочном документе для участия на конкурсе городов-хозяев проведения международной выставки ЭКСПО-2025. Екатеринбург участвовал в соревновании с лозунгом «Преобразуя мир: инновации и лучшая жизнь для будущих поколений». Из заявленных документов следует, что основная задача Екатеринбурга заключается в создании города будущего, включающего в себя технический и научный кластер. Несмотря на повторный проигрыш (Екатеринбург уже выдвигался на конкурс ЭКСПО-2020, но проиграл г. Дубай), региональная элита ожидает частичной реализации проекта «умного города», в частности, при помощи внедрения логистических проектов для решения проблемы автомобильных пробок и реструктуризации сети автомобильных дорог. Однако, регион пока что не заключил

договоров в рамках национального проекта «Умный город», целью которого является цифровизация государственного сектора. Кроме того, в заявке не обошли дискурс экологии - возможность преодоления экологической проблемы заключается в том, что предприятия перейдут на поддержку чистой среды и минимизируют число выбросов.

Продолжая дискурс «умного города», осенью 2019 года пройдет Всемирный день городов на Урале. Данный форум включает в себя круглые столы урбанистов, градоначальников, которые анонсируют новейшие подходы в сфере логистического управления городом. Продолжит «День городов» международный конгресс по строительству и урбанизации городской среды «100+» (конгресс проходит в городе с 2014 года, был создан как ответ на запрос строительства высотных зданий в городской среде).

Региональная элита во главе с губернатором позиционирует задачи региона, как участие во всех возможных международных мероприятиях. Кроме того, по словам Е. Куйвашева, регион перерос статус промышленного центра России, сочетая в себе тенденции по развитию инновационного кластера и статуса города федерального значения.

## ЕКАТЕРИНБУРГ - ГОРОД СПОРТА

Впрочем, позиционирование региона как промышленного кластера, хоть и являются важной имиджевой составляющей, но далеко не единственной. В 2018 г. Екатеринбург стал городом-участником проведения нескольких матчей на Чемпионате Мира по футболу. Для участия в Чемпионате было построено несколько новых стадионов, частично обновлен фасад зданий в центре города. Наличие спортивных объектов позволило Свердловской области подать заявку на

проведение летней Универсиады-2023 года. Город стал единственным претендентом на проведение Универсиады, что позволило ему стать безоговорочным победителем. К 2023 г. в Екатеринбурге ожидается открытие нескольких несущих проектов: строительства крупнейшего медицинского центра на Урале, продолжение строительства метро, открытие нового жилого квартала. Губернатор региона представил программу развития города, как деловой, спортивной и событийной столицы Урала, где также подчеркивается уникальность расположения г. Екатеринбурга – между Европой и Азией.

В 2018 г. в Екатеринбурге состоялся совместный проект с МЧС – проведение международного конкурса горноспасательных соревнований (IMRC-2018), в котором приняло участие 15 стран ближнего и дальнего зарубежья.

Также с 2018 г. возобновилась традиция уральского лыжного марафона «Уральская сотня» в честь лыжника Ивана Альпова. Мероприятие получило ребрендинг – теперь лыжное соревнование носит название лыжного ультрамарафона (URAL IRON 100K), а из лесов пригорода Екатеринбурга мероприятие переместилось на первый уральский гольф-клуб в Сысертском районе. Организаторы мероприятия заявляют, что целями лыжной гонки является популяризация лыжного спорта в РФ, а также «событийного туризма» [37]. Впрочем, помимо указанных целей, из информации, представленной на сайте мероприятия, следует задача включения Свердловской области в международную спортивную цепочку.

Интеллектуальный спорт тоже имеет место быть в Свердловской области: регион принимал финал всероссийского конкурса Global Management Challenge, целью которого является популяризация бизнеса у молодежи, а также последующая ротация бизнес-

кадров. Отбор победителей проходил в несколько этапов: студенты предлагали решение бизнес-проектов, которые в последующем реализуются реальными компаниями. Примечательно, что данный конкурс поддерживался не научными акторами, а властными – проект курировало Министерство образования и молодежной политики Свердловской области.

## УРАЛЬСКИЙ ТУРИЗМ КАК ЧАСТЬ СОЗДАНИЯ ИМИДЖА РЕГИОНА

Областная политическая и бизнес-элиты единодушны в позиции относительно роли туризма в регионе: туризм не только привлечет новых туристов, что положительно скажется на прибыли, но и позволит развиваться малому бизнесу в муниципалитетах региона. Стоит сказать, что для региона, который ранее не был туристической Меккой, сделано немало шагов для реализации региональных туристических брендов. Проекты по туристическому бизнесу реализуются с недавних пор, однако на момент начальной стадии можно зафиксировать, что триггерами поддержки стало Министерство экономики и территориального развития, Министерство инвестиций и развития Свердловской области и подведомственное учреждение - Центр развития туризма Свердловской области. Регион обладает уникальной спецификой: политическая элита предлагает всяческую поддержку, а бизнес инвестирует в проекты, порой оставаясь основным бенефициаром.

Самый освещаемый туристический проект – горнолыжный комплекс «Гора Белая». Данный проект реализуется на Среднем Урале, в пригороде г. Нижний Тагил. Гора Белая представляет собой круглогодичный комплекс, где, помимо горных лыж, можно заниматься картингом, плаванием, спортивным ориентированием и другими

видами спорта. База отдыха сочетает в себе активный и спокойный отдых (в рамках гостиничного отдыха можно посетить СПА). Проект ставит перед собой цель расширения туристических маршрутов по всему региону, а также привлечения гостей из других регионов Урала. Однако, проект не был бы свердловским, если бы также не ставил перед собой задачу создания поля деятельности для бизнеса. Комплекс дал не только рабочие места, но и создал площадки по привлечению бизнесменов: сфера услуг, сувенирная продукция и популяризация региональных брендов остается за малым и средним бизнесом.

В 2018 г. министерство экономики и территориального развития Свердловской области запустило проект этнического фестиваля «МастерГрад у Невьянской башни». Одной из целей проекта является восстановление культуры ремесленничества в металлургии и производстве одежды. В задачи проекта также входит поддержка фольклора Урала: музыки, сказаний, театральных действий. Проект стал не только ежегодным, но и привлек жителей Екатеринбурга – поездки на выходные в Невьянск стали частью познавательного туризма местных жителей [35].

Последним новаторством региона стало введение ежегодного проекта под эгидой известного уральца: 2019 год стал годом писателя П. Бажова. Целый год в регионе реализуются мероприятия в честь сказок Бажова, среди которых – обновление музейных экспозиций, бесплатные экскурсии по местам жизни и творчества писателя, творческие и музыкальные вечера, научные конференции. Проект примечателен тем, что территориально рассредоточен по всему региону, охватывая 8 городов (Екатеринбург, Нижний Тагил, Ирбит, Полевской, Сысерть и др.) и множество небольших му-

ниципальных образований. Ключевой задачей культурных мероприятий является проект по созданию регионального туристического бренда, в основе которого станут сказки про знаменитые уральские самоцветы.

Рынок малого бизнеса стремительно отозвался на культурный проект, претворив идею в туристический пакет «Самоцветное кольцо Урала», рассказывающий о ювелирном деле Урала, добыче золота и камней [29]. Проект имеет огромные перспективы развития, поскольку почти не имеет российских аналогов: путешествие по самоцветной полосе позволит пройти по тропе добычи сапфиров, турмалинов, топазов, алмазов и многих других драгоценных и полудрагоценных камней. Сочетание активного и музейного туризма позволяет популяризовать ювелирное дело и региональный бренд Урала.

Спрос на фольклор позволяет уже несколько лет реализовывать проект межрегиональной выставки «Ирбитская ярмарка». Выставка стала продолжением наследия Ирбитской ярмарки Урала, возникшей в 1630-х годах. В советское время традиция была прервана, но с 2002 г. проект получил статус губернаторской поддержки. Во многом выставка должна стать частью культуры гостеприимства Урала в г. Ирбит. Ярмарка проходит 3 дня, насыщенных как продажей народных промыслов, так и всевозможными культурными мероприятиями: театральными представлениями, музейными выставками и проч. Стоит отметить, что выставка вышла за рамки Свердловской области, вовлекая и другие регионы Урала. Основными поставщиками продукции, организации мероприятий стал малый и средний бизнес.

Расширения сферы туризма привлекло большое количество бизнесменов, а крупные региональные федеральные проекты повлекли спрос на гостиничный бизнес.

Одним из примеров кооптации лидеров гостиничного бизнеса можно считать ежегодную премию Свердловской области «Уральская звезда» [25]. Премия имеет несколько номинаций: лучшие отели в разных категориях звезд, лучшие загородные отели, лучшие отели Свердловской области, лучшие СПА-комплексы региона. Новичков премии также не оставили без внимания: для них учреждена отдельная номинация – «Открытие года». Участие в конкурсе дает множество преференций для владельцев гостиниц и отелей: во-первых, освещение в региональных СМИ без вложений средств; во-вторых, возможность для заключения договоров с бизнесменами из сферы услуг (реализация питания в отелях); в-третьих, конкурс позволяет осознавать бизнесменам конкурентность в туристической сфере.

В данной части освещена лишь небольшая часть туристических проектов региона, однако, Министерство инвестиций и развития Свердловской области готовит ежегодный проект – событийный календарь, где только на 2019 год запланировано проведение 197 культурных мероприятий, 89 из которых направлены на развитие туризма в регионе [27]. Стоит отметить еще одну тенденцию в развитие туризма – промышленный туризм Свердловской области. В задачи подобного туризма входит повышение общей осведомленности населения о промышленности региона, а также популяризация инженерных профессий среди школьников.

## НАУЧНЫЙ КЛАСТЕР УРАЛА

Региональные амбиции Свердловской области распространяются намного шире, чем, условно говоря, традиционные сферы деятельности региона. Несколько лет назад региональные политические и бизнес-элиты стали активно продвигать бренд науки в регионе. Было несколько событийных тригге-

ров, как внешних, так и внутренних: во-первых, миграция научных кадров и студентов после обучения в региональных учебных учреждениях (тенденция сохранена, особенно наблюдается в сфере выпускников гуманитарных специальностей); во-вторых, общий федеральный проект по включению региональных вузов в конкурентную борьбу на международной арене (включение УрФУ в проект «5-100»); в-третьих, строительство инновационных кластеров в регионах РФ, в том числе, в Свердловской области.

В 2012 г. был реализован проект Инновационный территориальный кластер Свердловской области «Титановый кластер Свердловской области», который объединил крупный бизнес титановой промышленности и научных акторов. Кластер вначале стал пилотным проектом по стране, затем на постоянной основе стал получать субсидии. Задачами кластера были как популяризация металлургии у молодежи, так и возможность поиска оптимизации обработки высокотехнической продукции. Кластер включил в себя несколько дополнительных специализаций: авиастроение, химическое производство, фармацевтический блок и пр. [15] Свердловская область – один из немногих российских регионов, где кластерная специализация смогла реализоваться в нескольких крупных объединениях: Уральский строительный кластер, Уральский приборостроительный кластер, Уральский энерго-строительный кластер. Специфика отраслевых кластеров включает в себя предприятия частного и государственного бизнеса, объединение которых производилось не только с целью объединения усилий и потенциала развития отрасли, но и для выращивания научных кадров, создания специализированных учебных заведений.

Продолжая федеральный тренд по развитию инноваций в России, был запущен

Технопарк высоких технологий Свердловской области. Задача Технопарка – подготовка кадров и высокотехнологичных рабочих мест в регионе для повышения инвестиционной привлекательности региона. На сегодняшний день не представляется дать оценку успешности проекта, однако, Технопарк выполняет важную задачу для инженерных специализаций: популяризация международного чемпионата WorldSkills в России. На территории Технопарка проходят не только региональные отборы, но и осуществляется обучение ребят робототехнике, механической обработке, логистике и проч.

В 2014 г. губернатор региона Е. Куйвашев выдвинул инициативу по созданию проекта «Уральская инженерная школа». Инициатива была профинансирована федеральной властью и поддержана лично В. Путиным. Данный проект во многом был ответом на кадровую миграцию и подразумевал открытие нескольких региональных центров профориентации, а также создание или обновление специализированных классов по предмету технология в школах (обновление материальных фондов, повышение квалификации учителей, запуск новых учебных программ), апгрейд образовательных программ университетов. Проект включил в себя задачу подготовки кадров непосредственно для региона, что позволило привлечь местный бизнес. Говорить о результатах еще рано, однако, эксперты не исключают возможность «рывка» в инженерных специальностях в Свердловской области [8].

Наука в Свердловской области пока что не диктует тренды, поскольку финансирование проектов зависит от того, насколько разработки будут полезны предприятиям, готовым финансировать их. При этом, развитие специализированных кластеров и

вкладывание средств в специализированное образование позволяет утверждать, что потенциал для развития науки в регионе имеется.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В данной статье были проанализированы материалы федеральных и региональных СМИ с целью выявления специфики регионального позиционирования. Анализ повестки показал, что Свердловская область является не только промышленным, но и деловым, культурным, научным, туристическим регионом, где планирование выстраивается в долгосрочной перспективе. В регионе производится множество региональных брендов, а событийной карты Свердловской области могло бы хватить на несколько регионов. При этом сохраняется большая проблема в организации работы прессы с целью освещения мероприятий. Неотлаженная работа PR-служб органов государственной власти приводит к довольно редкой региональной проблеме: в нормативной повестке регион позиционируется достаточно много, создается множество предпосылок для регионального брендинга, однако, остается лакуна в области донесения информации до потребителя. Проблема может проявляться не только репутационными потерями для власти (конфликты преобладают над событийной повесткой), но и снижению количества инвестиций в регионе (низкая освещаемость туристического сектора Урала потенциально может приводить к росту издержек бизнесменов).

Кроме того, стоит отметить, что масштаб позиционирования региона намного шире его текущих границ: регион активно работает над имиджем научного региона, третьей столицы, российской столицы по деловому сотрудничеству. Регион активно работает и над выходом на международную

арену: стабильное участие в мировых конкурсах (спортивные проекты, деловые выставки), однако, остаются нерешенными проблемы, стоящие для международной повестки на первом месте (прежде всего, проблемы экологии).

## СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Барсукова Т.В, Максимов В.Ю. К вопросу о социально-экономическом и идеолого-политическом позиционировании современной России // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. - 2015. - №2(47). - стр. 254-260.
2. Богатырев А.И. Бренддинг как инструмент формирования культурно-образовательного пространства города // Вестник УРФУ. - 2015. -5. - стр. 31-36.
3. В Екатеринбурге состоялась церемония открытия выставки «Иннопром-2019» // Коммерсант Екатеринбург [Электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4024817> (Дата обращения: 21.07.19).
4. В конце июля начнутся продажи турпродуктов кластера «Гора Белая» // Коммерсант Екатеринбург [Электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4026764> (Дата обращения: 21.07.19);
5. В преддверии Универсиады в Екатеринбурге построят медцентр за 800 млн // Газета RU [Электронный ресурс] URL: [https://www.gazeta.ru/sport/news/2019/07/17/n\\_13225501.shtml](https://www.gazeta.ru/sport/news/2019/07/17/n_13225501.shtml) (Дата обращения: 20.07.19);
6. Вахрушев А. Зачем власти ведутся на мелкие протесты в Facebook и почему это опасно // URA RU [Электронный ресурс] URL: <https://ura.news/articles/1036278531> (дата обращения - 21.07.19).
7. Власти Екатеринбурга не смогут до 2021 года перевести начальную школу на обучение в первую смену // Коммерсант Екатеринбург [Электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4033617> (Дата обращения: 21.07.19).
8. Вуз создает элитную школу инженерной подготовки// Национальный проект 5-100 [Электронный ресурс] URL: <https://urfu.ru/ru/news/27886/> (Дата обращения: 25.07.19).
9. Главные промышленники Тагила готовят городу беспрецедентный подарок // URA RU [Электронный ресурс] URL: <https://ura.news/articles/1036278453> (Дата обращения: 21.07.19).
10. Джултаев К. Тунгусов нашел способ, как добиться отставки мэра Екатеринбурга // URA RU [Электронный ресурс] URL: <https://ura.news/articles/1036278537> (Дата обращения: 21.07.19).
11. Екатеринбург выбрали местом проведения летней Универсиады 2023 года // Ведомости [Электронный ресурс] URL: <https://www.vedomosti.ru/lifestyle/news/2019/07/02/805588-ekaterinburg> (Дата обращения: 20.07.19).
12. Екатеринбург окутала дымка с неприятным запахом неизвестного происхождения // Интерфакс [Электронный ресурс] URL: <https://www.interfax.ru/russia/670201> (Дата обращения: 20.07.19).
13. Завершилось строительство конгресс-центра в Екатеринбурге // Коммерсант Екатеринбург [Электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4003981> (Дата обращения: 21.07.19).
14. «Здравый подход» выбросили в мусор // Коммерсант Екатеринбург №230 от 13.12.2018 [Электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3828308?qu>



- ery=%D1%81%D0%B2%D0%B5%D1%80%D0%B4%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%8F (Дата обращения: 20.07.19).
15. Инновационный территориальный кластер Свердловской области «Титановый кластер Свердловской области» // Карта кластеров России [Электронный ресурс] URL: <https://map.cluster.hse.ru/cluster/74> (Дата обращения: 25.07.19).
16. Коржова Д. Екатеринбургская епархия отказалась от строительства собора в сквере // Ведомости [Электронный ресурс] URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/articles/2019/06/16/804259-eparhiya> (Дата обращения: 20.07.19).
17. Кудашова Ю.В. Позиционирования как технология формирования конкурентноспособной позиции региона в политическом пространстве // Вестник Башкирского университета. -2012. - №10.- стр. 125-134.
18. Кудашова Ю.В. Политическое позиционирование в территориальном аспекте // Вестник Башкирского университета. - 2010. - №6.- стр. 410-415.
19. Кудашова Ю.В. Роль и значение массовой коммуникации в политическом позиционировании региона // Вестник Башкирского университета. -2011. - №8.- стр. 125-134.
20. Локтионова М. Задыхаются в дыму: кто травит жителей Урала // Газета RU [Электронный ресурс] URL: <https://www.gazeta.ru/social/2019/07/24/12531295.shtml> (дата обращения – 20.07.19).
21. Мескон М.Х., Альберт М, Хедоури Ф. Основы менеджмента: Пер. с англ. - М.: Дело, 1992.-702 с.2. Егоршин А.П. Управление персоналом: Учебник для вузов. - Н. Новгород: НИИМБ,2001. - 720 с.
22. Мэр Нижнего Тагила заставил дорожников проехать по улицам города в инвалидных колясках // Газета RU [Электронный ресурс] URL: [https://www.gazeta.ru/social/news/2019/07/15/n\\_13216903.shtml](https://www.gazeta.ru/social/news/2019/07/15/n_13216903.shtml) (Дата обращения: 20.07.19).
23. На развитие Верхней Салды до 2030 года планируется выделить 63,2 млрд рублей // Коммерсант Екатеринбург [Электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4033070> (Дата обращения: 21.07.19).
24. Новое позиционирование. - СПб: Питер, 2001. - 192 с.: ил. / Дж. Траут вместе со С. Ривкиным - (Серия «Теория и практика менеджмента»).
25. Премия Уральская звезда [Электронный ресурс] URL: <http://star-ural.ru/about/obshchaya-informatsiya/> (Дата обращения: 21.07.19).
26. Россия удвоила объем вложений в науку с 2010 года - до 1,1 трлн рублей // Газета RU [Электронный ресурс] URL: [https://www.gazeta.ru/science/news/2019/07/08/n\\_13186825.shtml](https://www.gazeta.ru/science/news/2019/07/08/n_13186825.shtml) (Дата обращения: 20.07.19).
27. Событийный календарь Свердловской области с 01.07.19 по 31.12.19 // Министерство инвестиций и развития Свердловской области [Электронный ресурс] URL: <http://gotoural.com/5203-2/> (Дата обращения: 21.07.19).
28. Трифонова П. Evraz нашел себе сырье на 100 лет // Ведомости [Электронный ресурс] URL: <https://www.vedomosti.ru/business/articles/2019/05/27/802571-evraz-nashel> (Дата обращения: 20.07.19).
29. Тур по Самоцветному кольцу Урала // Путеводитель по Свердловской области

- [Электронный ресурс] URL: <https://www.gazeta.ru/business/2019/05/24/12374425.shtml> (Дата обращения: 20.07.19).
30. УрФУ подаст заявку на создание научно-образовательного центра весной 2020 года // Коммерсант Екатеринбург [Электронный ресурс] URL: <https://www.kommersant.ru/doc/4017149> (дата обращения – 21.07.19).
31. Усова Ю.В. политические элиты современной России в контексте позиционирования политических партий // Теория и практика общественного развития. -2013. - № 12. - стр. 95-102.
32. Устинкин С.В., Полякова Ю.С. Коммуникативная составляющая в позиционировании во власти региональных элит (на примере ряда регионов Приволжского федерального округа) // Власть. - 2009. - №11. - стр. 12-16.
33. Фаляхов Р. Списать, нельзя помиловать: как спасти регионы от долгов? // Газета RU [Электронный ресурс] URL: <https://www.gazeta.ru/business/2019/05/24/12374425.shtml> (Дата обращения: 20.07.19).
34. Экологи назвали самые чистые и грязные регионы России // Ведомости [Электронный ресурс] URL: <https://www.vedomosti.ru/politics/news/2019/06/05/803396-regioni> (Дата обращения: 20.07.19).
35. Этнофестиваль у Невьянской башни МастерГрад // Национальный календарь событий [Электронный ресурс] URL: <http://eventsinrussia.com/event/21006> (Дата обращения: 21.07.19).
36. Siemens и РФПИ инвестируют в проект скоростной железной дороги на Урале // Ведомости [Электронный ресурс] URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/news/2019/02/15/794301-siemens> (Дата обращения: 20.07.19).
37. URAL IRON 100K // [Электронный ресурс] URL: <https://sportmaniacs.com/ru/races/ultra-ski-marathon-ural-iron-100k#contact> (Дата обращения: 21.07.19).

## POSITIONING OF THE SVERDLOVSK OBLAST: FROM INDUSTRIAL REGION TO AGGLOMERATION OF THE FUTURE

**Matyunenko Yulia** - research assistant of Research and Study Laboratory for Studies in Business Communications of the National Research University - Higher School of Economics. Address: 20 Myasnitskaya Ulitsa, Moscow, 101000, Russia. E-mail: yumatyunenko@hse.ru.

In the spring and summer of 2019, the Sverdlovsk region, namely, the city of Yekaterinburg, did not descend from the pages of Federal publications. The reason was caused by dispute of citizens concerning building of the Central part of the city: construction of the temple or preservation of the square. However, this conflict is not first in the region, that falling in the Federal media: political conflicts also fell into the focus of experts and researchers. At the same time, the region demonstrates sustainable development, a large share of investments is maintained, large regional projects are prepared and implemented. However, the positioning of the region in the press does not include major cultural, social and economic projects available in the region. In this article, we attempt to form the image and brand of the region will be studied.

Key words:

*Sverdlovsk region, regional brand, political positioning, Yekaterinburg.*