

Н.Е. Абалмасова,
Э.А. Паин

Национальный
исследовательский
университет «Высшая
школа экономики»

МОДЕЛИ КОНСТРУИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Одной из ключевых характеристик российского социума наших дней является его разобщенность. Пережившая масштабную трансформацию в конце XX в. прежняя система идентичностей и привычных связей людей еще не завершила свою коренную перестройку и стабилизацию. Для ее оформления, настолько четкого и содержательного, чтобы она могла играть консолидирующую роль, требуется не только время, но и соответствующая государственная политика, целенаправленно осуществляемая в масштабах страны и регионов, на низовом уровне. Однако столь впечатляющий зазор в доверии россиян друг другу фактически свидетельствует о ее отсутствии.

В этом отношении несомненный интерес представляет анализ и систематизация части мирового опыта создания национально-гражданского единства, а также во многом уникальных современных попыток в России на свой лад справиться с проблемами разобщенности населения и социальной аномии, предпринимавшихся на уровне деревень, городов и регионов. В некоторых случаях эти старания были весьма успешными. Властная элита российских территорий в качестве главного политического элемента управления использовала символический менеджмент: инструменты брендинга, паблик-арта, формирования имиджей, PR-методы.

Символический менеджмент территорий был создан и в основном применяется как метод конструирования брендов для стран, регионов, городов и локальных мест [Anholt, 2007]. Успешной попытке вылепить городу (региону, стране) узнаваемое лицо способствует появление его конкурентоспособного образа, привлекательного для потенциальных жителей, капиталов, туристов. Иными словами, с помощью символического менеджмента реализуются в первую очередь экономические цели.

Символический менеджмент как способ сплочения населения пока крайне редко встречается не только в России, но и в мировой практике внедрения символических технологий. По этой причине консолидационные символические стратегии пока мало осмыслились в рамках политической науки. К тому же привычный взгляд на такие технологии, как на инструментарий, с

помощью которого создаются внешне ориентированные имиджи и бренды, во многом способствовал тому, что спонтанно сложившееся их применение, направленное на внутреннего «потребителя», на решение политических задач, оставалось в тени. Поэтому изучение внедрения консолидационных стратегий требует ориентации на целый комплекс парадигм, отличающихся от принятых в теории символического менеджмента. Концептуальное ядро нового ракурса исследования составляют теории социального конструирования П. Бергера и Т. Лукмана [Бергер, Лукман, 1995], неомодернизма в версиях Ю. Хабермаса [Хабермас, 2007] и А. Мартинелли [Мартинелли, 2006]. Были задействованы также концепции воображаемых наций Б. Андерсона [Андерсон, 2001] и конструируемых регионов И. Нойманна [Нойманн, 2004], а также исследования, посвященные культурным факторам, способствующим обновлению и развитию стран и отдельных территорий, проведенные Л. Харрисоном и С. Хантингтоном [Харрисон, Хантингтон, 2002].

Конструирование территориальной идентичности можно иначе назвать построением региональных или городских общностей. В исследовательской литературе обычно пренебрегают тем фактом, что регионы и города, наряду с государствами и нациями, тоже могут быть названы воображаемыми сообществами, как это принято в рамках теории, разработанной Б. Андерсоном [Андерсон, 2001]. Подобно нациям региональные и городские общности не могут быть основаны на повседневном тесном общении их участников, и единство также удерживается в первую очередь в их сознании. Это чувство единения, общности и даже сплоченности хотя бы на минимальном уровне — важнейшее условие появления и дальнейшей жизнеспособности территориальной единицы. Однако оно возникает не спонтанно, а в результате целенаправленного конструирования.

Региональные или городские политические элиты формулируют (необязательно публично) целевые установки и стремятся распространить подходящую этим стремлениям «воображаемость» среди других членов сообщества и как можно большего их числа. При этом они стараются привлечь культурные ресурсы, обладающие объединительным потенциалом и позволяющие открыть резервы творческой самоотдачи жителей данного города, региона или какой-то его части.

Решающая точка согласования нового образа территории и культурных ресурсов, а также лучшее средство сделать доходчивой и выразительной созданную модель, изображающую территориальную общность, закрепить ее в сознании людей, — это символы. Основная функция символов в контексте конструирования идентичностей, а в дальнейшем и презентации облика территории заключается в превращении ценностей, мифов, норм, которые они олицетворяют, в нечто значимое, но одновременно привычное и повседневно-

ное для населения. Это требование справедливо во всех случаях, даже когда символизации подвергается очень знакомый для местных жителей и устоявшийся социокультурный пласт, абсолютно аутентичные их идентичностям составляющие. Символами становятся музеи, памятники, производимые товары, исторические факты, персонажи и реальные фигуры, местные природные, географические объекты, специально построенные для этих целей здания и др.

В рамках программы набору символов нужна основа — миф, нанизывающий их на единую нить повествования. В каких-то вариантах это может быть легенда о будущем общности, однако чаще всего в качестве основы сплочения выступает сконструированная предыстория — реальная или вымышленная [Нойманн, 2004, с. 159]. Власть системы координат должна быть очень сильной, чтобы как можно большее число людей могло оглядываться назад, на славу предков. Для этого конструкторы,демиурги региональных или локальных общностей еще на стадии формулирования стремятся добиться максимального правдоподобия и естественности биографического нарратива: в качестве красок для создания коллективного портрета используются представления, традиции и другие историко-культурные элементы, свойственные данной местности.

Когда возрождается старый миф, он, как правило, хотя бы отголосками, отдельными мотивами хранится в памяти людей. И в этом смысле реформаторам проще справиться с вызовами усвоения его полной или обновленной версии. Однако когда конструируется и совсем новая легенда, успех реален, если придуманный нарратив облачается в старинные одежды.

Так, аккомодация мифа о боярской новгородской республике к реалиям советского региона и его воображаемого сообщества позволила губернатору Новгородской области М. Пруссаку добиться поддержки населения и мягко и очень прибыльно осуществить реформы в 1990-е годы. История города Мышкина Ярославской области иллюстрирует, каким образом искусственно созданный миф о прошлом можно начинить аутентичными символами и историко-культурными свидетельствами. С конца 1990-х годов по инициативе одного из жителей, обратившегося к местным властям, в Мышкине был создан единственный в мире музей Мыши [Вяхирев, эл. ресурс]. Музей посвящен грызуну, спасшему, по местной легенде, жизнь князю Милославскому, основателю города. Спустя всего несколько лет здесь появились еще около десятка подобных музеев — туристических приманок, «молодость» которых с лихвой компенсируется древностью смыслов возникновения. Например, музей валенка, водки (посвящен ее изобретателю), ретротехники, этнографический музей с центрами ткачества и кузнечного дела и др. В туристические маршруты властями были включены также объекты историко-

культурного наследия города: соборы, старинные особняки купеческой застройки, а также здание опочининской библиотеки.

В конструировании идентичностей можно выделить три основные модели. Критериями разграничения моделей выступают цели, которые преследуют политические элиты; масштабность программ менеджмента; соотношение сфер и структур, нуждающихся в модернизации и на самом деле получающих импульс реформирования; степень соответствия символических и образных компонентов стратегий местным условиям, традициям и чаяниям.

Спонтанную, фрагментарную модель характеризует отсутствие целостно выстроенной стратегии. Скорее, она состоит из одной или нескольких инициатив, разовых акций, которые похожи на спонтанную, быструю реакцию на подвернувшуюся возможность подлатать дыры в развитии за счет финансовых вливаний, получаемых из центра по статье «поддержка местной культурной или спортивной инициативы».

Наиболее распространенным примером разовых символических инициатив по продвижению официальной версии территориальной идентичности являются юбилеи. В наши дни Москва, отметившая свое 850-летие, стала одной из зачинателей этой волны торжеств. Президенты России лично участвовали в подготовке к празднованию 1140-летия Новгорода (Борис Ельцин), 300-летия Петербурга, 1000-летия Казани (Владимир Путин) и Ярославля (Дмитрий Медведев). Вслед за Москвой 850-летие отметили Кострома и Городец Нижегородской области, 370-летие — Якутск, 110-летие — Новосибирск. 280-летие справила Пермь, где отметили также 540-летие крещения края.

Однако эти акции преследуют не только сугубо утилитарные экономические цели. У них есть и политическая цель — привлечь внимание федерального центра к региону или городу. В некоторых случаях пользу от этого извлекала не только местная элита, но и население. В ходе мероприятий отмечался всплеск массового регионального и городского самосознания. Случалось даже, что с помощью такого «юбилейного менеджмента» удавалось сбить накал вокруг проблем общественного развития. Однако позитивные результаты использования символических технологий ограничены и кратковременны. Они не обеспечивают фундаментальной консолидации населения. Напротив, рано или поздно у людей возрастает неудовлетворенность от сугубо имитационного, показного характера этих символических мероприятий. Разумеется, такие акции, да и вся фрагментарная модель символического менеджмента, также не могут быть прочной и достаточной опорой для модернизации региона или города.

О *проектной, элитарной модели* можно говорить в тех случаях, если основой осуществления символической стратегии становятся интересы вла-

сти (например, исход деловых и бизнес-проектов, вопросы поддержки политического курса любой ценой), а местная история и культура, существующие идентификации населения используются конъюнктурно или вовсе игнорируются. Эта модель отличается большей целостностью, гораздо более обширным охватом сфер воздействия, чем предыдущая, но также слабо способствует единению и действительному улучшению социально-политического и экономического положения населения региона.

Символическая политика города Перми соответствует проектной модели. С середины 2000-х годов в рамках программы «Пермь как центр современного искусства» политическая элита создает городу новый образ — как динамично развивающейся территории, находящейся на волне постмодернити и даже модных авангардистских веяний. Наиболее знаковыми событиями в череде культурных мероприятий, проведенных в этой связи, стали выставки современных художников «Русское бедное» (2008) и «Евангельский проект» (2009). Далее в мае 2010 г. в Перми появилась паблик-арт-программа. Она также реализовывалась при поддержке региональной администрации, впервые в России для проектов этого направления. Ее целью стал уже не просто показ, а интеграция современного искусства в городскую среду.

Все эти события являлись попытками руководства края внедрить символы, прокладывающие путь Перми в мировые культурные столицы. Однако опыт уже первых выставок показал, что язык власти оказался малоправдоподобным для пермяков [Аверин, эл. ресурс]. Реакция публики на объекты паблик-арт вообще была шоковой (были отмечены даже случаи вандализма). К концу второго года осуществления этой программы среди населения в Перми стало расти раздражение, которое было сформулировано в виде претензий к властям: почему бюджетные деньги тратятся на памятник надкушенному яблоку, а не на разбитые дороги и облезлые фасады? Однако вкусы и предпочтения пермяков, а также их недовольство управлением городом и целями политиков, своевольно конструирующих бренд, так и не были приняты во внимание.

Кроме того, появление в 2010 г. официального проекта «Концепции культурной политики Пермского края» в разы усилило противостояние внутри городской элиты. Ранее пермская интеллигенция разрозненно и порывами выступала за отставку тогдашнего министра культуры Б. Мильграма, против монополизации культурного поля региона М. Гельманом. Шли закрытые дискуссии о том, что «варяг» и «пиарщик» использует Пермский регион в качестве площадки для реализации своих идей. С появлением же проекта концепции стал угрожающе явным настоящий раскол внутри элиты. Протесты вылились в создание альтернативных тезисов о роли культуры в повышении качества жизни людей и в попытки представителей пермской

оппозиции публично анонсировать эту концепцию [Переверзев, эл. ресурс]. При этом, как будто не замечая новых игроков на властно-символическом поле, руководство региона и города продолжило воплощать «культурную политику» с прежним рвением и антуражем: 40–50 фестивалей и других арт-событий в год.

Как показывает опыт Перми, сила воздействия символического инструментария способна укрепить у организаторов веру в успешное воплощение самых смелых замыслов. Однако на удачный исход рассчитывать не приходится, если символические программы маскируют под культурную революцию, прикрывая нежелание власти заниматься действительным благоустройством города. Жителей, прекрасно информированных о положении дел, не удастся надолго отвлечь, обмануть, тем более картинкой сомнительной притягательности.

Органическую модель отличает запланированная и определенная ориентация на консолидацию сообщества. Ее характеризует широкий охват сфер, последовательность, длительность и высокий энтузиазм внедрения. Таковой по существу была попытка воплотить проект «Кацкого стана» в Ярославской области. Центром, из которого начала распространяться по округе эта идея, стала деревня Мартыново. В начале 1990-х годов деревня была одним из захолустных местечек региона, откуда вдобавок ко всем неприятностям стремительно стало разъезжаться население. В этой ситуации стараниями местного учителя в Мартынове была запущена легенда, что ее жители являются представителями самостоятельной этнической группы — кацкарями, ведущими якобы свою историю с эпохи монгольского нашествия [Шнирельман, 2008]. Местные краеведы стали выпускать газету «Кацкая летопись», создали популярный одноименный клуб и этнографический музей.

В идейном смысле легенда весьма успешно начала расширять ареал своего влияния. В нее входили сказания о Кацком стане, которые активно тиражировались в местной печати: более восьмидесяти деревень области вдоль реки Кадка были объявлены этим мифом поселениями кацкарей. И жителям он пришелся по нраву. Однако вскоре стало ясно, что с точки зрения достижения целей масштабный проект обречен на неудачу: у культурной элиты небольшого поселения без поддержки извне не хватало властного, экономического и иных ресурсов, чтобы дать окрепнуть этой идее в еще почти сотне таких же мест.

Вместе с тем в самой деревне Мартыново миф о древних общих корнях оказался очень плодотворным. «Феномен кацкарства» до сих пор поддерживается там «ожившим» кацким диалектом русского языка, фольклором, а также общими способами ведения домашнего хозяйства. Воображаемая (и во многом искусственная) этническая и территориальная идентичность стала

основой возрождения общинного уклада в деревне, сельскохозяйственных и ремесленных промыслов, и сейчас являющихся главным источником дохода местного населения.

Жители деревни активно участвовали в претворении вымысла в жизнь, именно их силами миф в наши дни является частью реальности. Кто-то содержит в порядке музеев, устроенный в четырех деревенских домах, кто-то там же зарабатывает участием в творческих постановках, кто-то продает туристам продукты и поделки собственного производства. И это именно то желание действовать и творческий порыв, которые необходимо было создать элите, чтобы проект оказался эффективным. В итоге из деревни почти полностью прекратился отток населения. В Мартынове сейчас официально проживает 182 человека, в то время как ее соседи, те самые поселения кацкарей неудавшегося стана, сильно редуют: вымирают полностью либо насчитывают по 3–5 жителей.

Кроме того, большая часть финансовых ресурсов для наращивания преобразований была получена от туризма. Задуманная для достижения внутренних целей, программа конструирования территориальной идентичности стала еще и внешней — имиджевой. Деревня Мартыново быстро превратилась в одно из самых популярных туристических мест в России. Она имеет устойчивый образ островка старинного, почти исчезнувшего крестьянского быта.

Некоторая систематизация российского опыта в виде моделей конструирования территориальных идентичностей демонстрирует важные закономерности в применении символического менеджмента, учет которых приближает к успеху в такой политике. Первая из них состоит в том, что чем масштабнее цель, тем больше усилий необходимо прикладывать при конструировании образов — тем более внимательное отношение к содержательным компонентам, широте охвата сфер, ко времени, этапам и последовательности проведения символической политики требуется со стороны субъекта управления. Причем лучше принимать во внимание все перечисленные факторы.

Из этой закономерности следует вторая: внедрение крупных символических проектов должно подкрепляться модернизацией соответствующих сфер жизни территории. Пренебрежение этими требованиями — достаточно распространенный в мировой практике феномен. У политических элит нередко возникает соблазн применить для достижения крупномасштабных целей технологии, предназначенные для решения мелких задач, попросту пропустить какие-то этапы политики, имитировать существование долгосрочной стратегии и др. Эффектом такого урезанного подхода может стать, по меньшей мере, разочарование в результативности символических технологий, а высокой ценой — накал и без того трудной обстановки в регионе или городе.

Литература

Аверин А. Дело Салмана Рушди живет в Перми // Пермские соседи. (Электронный ресурс) URL: <http://www.alpha.perm.ru/sosedi/txt.php?n=2531>. (Дата обращения: 22.01.2012).

Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. М.: КАНОН-пресс-Ц, 2001.

Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М.: Медиум, 1995.

Вяхирев В. В Мышкин! Город самодельных музеев! // Комсомольская правда, 3 мая 2007 г. (Электронный ресурс) URL: <http://www.kp.ru/daily/23896.3/66783/>. (Дата обращения: 13.02.2012).

Культура имеет значение. Каким образом ценности способствуют обществу прогрессу / под ред. Л. Харрисона, С. Хантингтона. М.: Московская школа политических исследований, 2002.

Мартинелли А. Глобальная модернизация: переосмысляя проект современности. СПб.: Изд-во Санкт-Петербургского университета, 2006.

Нойманн И. Использование «Другого». Образы Востока в формировании европейских идентичностей. М.: Новое издательство, 2004.

Переверзев А. Олег Лейбович — об альтернативной концепции культуры. // АиФ-Прикамье. 2010. № 42. (Электронный ресурс). Режим доступа URL: <http://www.perm.aif.ru/culture/article/10497> (Дата обращения: 22.01.2012).

Сафина М. Возле администрации Пермского края будет еще больше красных человечков. (Электронный ресурс). Режим доступа URL: <http://www.permm.ru/menu/prensa-o-nas/vozle-administraczii-permskogo-kрая-budet-eshhe-bolshe-krasnyix-chelovechkov.html> (Дата обращения: 05.02.2012).

Хабермас Ю. Философский дискурс о модерне. М.: Весь Мир, 2007.

Шнирельман В.А. Идентичность, культура и история: провинциальный ракурс // История края как поле конструирования региональной идентичности. Волгоград: Изд-во ВолГУ, Институт Кеннана, 2008. С. 4–28.

Anholt S. Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. N.Y.: Palgrave Macmillan, 2007.

Harrison L.E. The Central Liberal Truth: How Politics Can Change a Culture and Save It from Itself. Oxford University Press, 2006.