~ ~ ~

УДК 9(571.1/.5)(-21)

Local and Regional Identityof Siberian Cities in the XXI Century

Maria M. Plotnikova*

Department of Social and Economic Disciplines International Institute of Economics and Linguistics of Irkutsk State University 6-307 Ulan-Batorskaya Str., Irkutsk, 664082, Russia

Received 15.12.2014, received in revised form 15.01.2015, accepted 16.02.2015

Local and regional identity of the modern Siberian cities are updated such processes as the development of tourism, socio-economic situation in Siberia, understanding collective memory of the previous segment history, active migration processes. Federal center initiates the tourism development. Tourism attracts territorial branding and among other things a discussion of the options the third capital of Russia. Socio-economic situation in Siberia is not equal to other Russian regions. Collective memory refers to the Soviet discourse.

Siberian identity is not always an indicator of the growth of political consciousness. It is determined by the migration process to a greater extent. Migration is high among Siberian youth, Young people are going into a major educational centers for study. Also retirees relocating from the Northern territories in the center. These young people and pensioners will feel Siberians because the identity associated with the territory (local identity) is largely determined by the duration of their stay. Migration policy of the Soviet Union and repression also make a modern update of local identity.

It is necessary to form the concept of branding is not only for each city separately but for the region as a whole for the modern development of Siberia. It is a modern tool for attracting attention to the region. Siberians should be the main target segment.

Keywords: local identity, regional identity, Siberian cities, territorial branding, Soviet discourse.

Research area: culture studies, sociology.

[©] Siberian Federal University. All rights reserved

^{*} Corresponding author E-mail address: someforme@yandex.ru

Локальная и региональная идентичность сибирских городов в XXI в.

М.М. Плотникова

Международный институт экономики и лингвистики Иркутского государственного университета Россия, 664082, Иркутск, ул. Улан-Баторская 6-307

Локальная и региональная идентичность современных сибирских городов актуализируются разными процессами: развитием туризма и территориального брендинга, инициируемых федеральной властью; обсуждением вариантов третьей российской столицы; современным социально-экономическим положением Сибири, которое в среднем хуже, чем среднероссийское; осмыслением коллективной памятью предшествующего отрезка истории и обращением в связи с этим к советскому дискурсу; активными миграционными процессами.

Сибирская идентичность не всегда является показателем роста политического самосознания, в большей степени она определяется миграционными процессами. Сибирская молодежь, поехавшая в крупные образовательные центры на учебу, и пенсионеры, перебравшиеся с северных территорий в центр, будут преимущественно считать себя сибиряками, потому что идентичность, связанная с территорией (локальная идентичность), во многом определяется продолжительностью проживания. Миграционная политика Советского Союза и репрессии также затрудняют современную актуализацию локальной идентичности.

Для современного развития Сибири необходимо сформировать концепцию территориального брендинга не только для каждого города в отдельности, но и для региона в целом и воспользоваться этим современным инструментом для привлечения внимания к территории. Главной целевой аудиторией должны стать сами сибиряки.

Ключевые слова: локальная идентичность, региональная идентичность, сибирские города, территориальный брендинг, советский дискурс.

Научная специальность: 24.00.00 – культурология, 22.00.00 – социологические науки.

1. Введение в проблему исследования

В условиях происходящего на наших глазах стремительного сближения России и азиатских стран особую актуальность приобретает тема перспектив и возможностей развития огромной территории Сибири. Современное развитие отличается большой динамикой, высокой конкуренцией и новыми вызовами, требующими быстрых и качественных решений. Развитие человеческого капитала имеет большое значение в управлении современными вызовами. Огромное значение человеческий капитал приобретает в Сибири, где государство всегда стимулировало приток человеческих ресурсов.

Есть несколько мнений относительно перспектив развития человеческого капитала в Сибири. Первое: даже если восстановить «правильное управление» миграционными процессами, создавать в регионе новые рабочие места, и за счет этого миграционный приток в восточные регионы возобновится - это будет иллюзией до тех пор, пока на востоке страны не будет ни одного центра, который мог бы конкурировать с центральными городами страны - Москвой и Санкт-Петербургом. Второе, что Сибирь способна обеспечить восточные территории качественным человеческим капиталом, она имеет огромный промышленный потенциал и если разумно использовать местный человеческий капитал и создавать условия, чтобы он не бежал в центр страны и за границу – в Азию, то можно решить большую часть проблем с рабочей силой.

Наряду с эффективными управленческими решениями, внедрением новых технологий, ускоренной модернизацией и эффективной миграционной политикой необходимо «морально» поддержать людей, проживающих в сибирских регионах, укрепить в них заложенный советской идеологией «сибирский дух». Это важно именно для удержания качественного человеческого капитала в Сибири.

Подчеркнем, что большую часть работы в этом направлении сделало Советское государство, сформировавшее положительный образ сибиряка, которого наделило сибирским характером. Сибиряк — волевой, спокойный, основательный, сильный, любящий свой край и знающий, что нужно для его процветания. Сибирский характер стал связующей нитью, скрепой для тех, кто родился, вырос и живёт в Сибири вне зависимости от национальной принадлежности.

2. Концептуальные основания исследования

Новосибирские исследователи А.А. Анисимова и О.Г. Ечевская (Анисимова и др., 2012) в своей монографии, посвященной сибирской идентичности, отметили, что она «отражает как изменения в понимании индивидами себя и своего места в мире, так и многообразие процессов глобализации и локализации и их культурных, политических, экономических эффектов». Сибирская идентичность может быть рассмотрена как региональная идентичность, как культурный феномен, отражающий взаимодействие глобальных тенденций или локальных откликов на них, как биографический проект и как политический проект в широком смысле слова.

Городская идентичность в свою очередь может быть рассмотрена как локальная идентичность и как один из видов коллективной идентичности. Урбанист И.О. Вендина (Вендина, 2012) выделяет два подхода к изучению городской идентичности: подход с позиций уникальности места и чувства малой родины и подход с позиций гражданских ценностей. Во втором случае «городская идентичность интерпретируется как осознание личной ответственности за судьбы города и становится способом солидаризации городского сообщества в решении общих проблем совместной жизни, обустройства городской среды, экологии, охраны наследия, социальной справедливости».

Филологи Иркутского государственного университета провели большое исследование и написали монографию «Советское как дискурсивный феномен: способы концептуализации прошлого», в которой отметили, что мифологизация прошлого является насущной необходимостью современного человека, а ностальгия по «советскому» — это закономерный процесс освоения очередного отрезка истории коллективной памятью.

Мифологизация обыденного сознания объясняется практической необходимостью ориентирования человека в постоянно меняющейся жизненной ситуации. Иркутский исследователь М.Я. Рожанский (Рожанский, 2013) считает, что исторический образ Сибири и сибиряков предельно устойчив и выделяет такие его несущие конструкты, как: а) пафос свершений – вместе с Русью за Урал пришло могущество; б) в Сибирь шли или попадали лучшие - самые отважные, стойкие; в) жизнь в Сибири формировала лучшие человеческие качества; г) сибирский человек приходил на выручку стране, когда нужны были стойкость, выдержка, решительность.

Федеральная власть, заинтересованная в привлечении туристов в регионы, инициирует развитие территориального брендинга. Федеральный центр сам является образцом формирования событийного туризма для регионов. Зимняя Олимпиада в Сочи называется экспертами успешным проектом федеральных властей по созданию мирового бренда г. Сочи. Сибирские города также находятся в активном поиске своей айдентики. Новосибирск, Красноярск, Иркутск, Томск активно вовлечены в процесс разработки городских брендов. Сущность современного российского территориального брендинга состоит в поиске и представлении привлекательных образов идентичности города. Сила восприятия бренда зависит от того, насколько точно будет визуализирована городская идентичность. Таким образом, федеральный тренд по развитию территориального брендинга актуализирует тематику локальной идентичности.

3. Постановка проблемы

Социально-экономическое развитие нашей страны делает все большим разрыв между центром и регионами, не в пользу последних. Власть заявляет, что развитие Сибири и Дальнего Востока является ее приоритетом, на самом деле происходит кризис управления регионом. Процессы глобализации, в которые все активнее включаются сибирские города, актуализируют «кросс-территориальные» взаимодействия, усиливая активность миграционных потоков. В настоящей статье рассматриваются процессы, которые вызывают актуализацию конструирования сибирской идентичности на уровне повседневности.

4. Методология

Методами, использованными в исследовании, стали компаративный анализ развития территориального брендинга в различных

сибирских городах, позволяющий выявить общее и особенное, контент-анализ современных российских исследований, посвященных идентичности, а также эмпирических данные, полученные при проведении формализованных интервью Лабораторией городского развития и социальных инноваций Международного института экономики и лингвистики ИГУ.

5. Обсуждение

Территориальный брендинг является важной составляющей современного родского развития, напрямую связанной с креативным классом, центральной ролью культуры и новыми общественными пространствами. Все это вместе делает город более привлекательным как для горожан, так и для туристов. Туризм, в свою очередь, один из двигателей современного городского развития. Эффективно организованная уличная навигация, городской бренд, наличие гармонично оформленных общественных пространств - все это помогает не только формировать определенное мнение о городе, но и усиливать впечатление о нем. Федеральная власть не случайно подталкивает города к активному развитию туризма.

Территориальный брендинг актуализирует поиск привлекательных сторон региональной и локальной идентичности, сибирская идентичность не исключение. Примером может служить открытый социальный проект в Новокузнецке — «I'mSiberian». Целью этого проекта служит популяризация Сибири во всем мире на современном культурном уровне. Авторы выпускают сувенирную продукцию, позиционирующую Сибирь и сибиряков. Они считают, что в Сибири есть особая морозная энергетика, суровая философия, дикая, неизведанная экзотика и тайна, а также огромная территория, на которой можно делать все, что

не укладывается в рамки, поступать так, как считаешь нужным. Проект был удостоен таких профессиональных призов, как «За вклад в развитие Сибири» рг-премии Соболь, звания «Лучшая айдентика России» и «Лучшая упаковка России» по версии Adme.

В последние годы обсуждается возможность распределения некоторых столичных функций по крупнейшим городам России, делаются практические шаги в этом направлении. Логичным является создание третьей - «ресурсной» - столицы в одном из мегаполисов макрорегиона Сибирь (в Красноярске или в другом городе). Развитие этого направления также актуализирует идентичность, в данном случае локальную идентичность Красноярска. Происходит обсуждение вопроса «как сделать Красноярск глобальным городом, «сырьевой» столицей Азии», какие преимущества есть для этого у Красноярска перед остальными сибирскими городами, какие особенности локальной идентичности позволят стать ему третьей столицей России. На наш взгляд, именно Красноярску удалось грамотно использовать весь потенциал, накопленный в Советском Союзе. Великая Отечественная война определила судьбу Красноярска как крупнейшего промышленного центра Восточной Сибири. За годы войны Красноярск по основным показателям опередил Иркутск и стал третьим по величине сибирским городом (после Новосибирска и Омска). Красноярск еще в советское время планировалось превратить в город-миллионер, для чего в нем и открывались многочисленные гигантские предприятия с тысячами и десятками тысяч работников. В результате здесь сформировалась полиотраслевая структура экономики (12 основных видов экономической деятельности). Красноярску удалось гармонично использовать исторические тенденции, развить за годы советской власти, дореволюционную

промышленную базу и сделать ее основным вектором современного городского существования.

В настоящее время в российском обществе происходит процесс освоения очередного отрезка истории коллективной памятью. Современные процессы сравниваются с аналогичными процессами предыдущего периода, т.е. советского. Для социально-экономического развития Сибири сравнение не в пользу современности. Сибирские города активно развивались именно во времена Советского Союза, тогда же и был сформирован образ сибиряка, совершающего для страны полезное дело. Со времен перестройки были только политические заявления о приоритете развития Сибири. М.С. Горбачев в 1985 г. объявил, что «ускоренное развитие производительных сил Сибири и Дальнего Востока – важнейшая составная часть экономической стратегии партии». Партия ставила целью сделать Сибирь удобной для жизни человека, сохранить богатство и красоту сибирской земли для грядущих поколений. В наши дни президент России В.В. Путин также уверяет, что развитие Сибири и Дальнего Востока это - «национальный приоритет на весь XXI в.». Однако в настоящее время социально-экономическая ситуация в Сибири и на Дальнем Востоке существенно хуже, чем в среднем по России. В 2012 г. доходы сибиряков были на 21 % ниже, чем среднероссийские. В результате сибиряки ощущают существенный масштаб социальноэкономического неравенства по сравнению с другими регионами России, с одной стороны, и оторванность от центра из-за больших расстояний – с другой.

В 2013 г. в Иркутске областная библиотека им. Молчанова-Сибирского реализовала информационный проект «Стихи сибирских авторов «Сибирский характер», основной целью которого являлось объединение жителей

Иркутской области, формирование гордости за родной край через популяризацию известных уроженцев Иркутской области. На рекламных щитах по г. Иркутску были расклеены отрывки стихов советских поэтов, прославляющих Сибирь. Например, из стихотворения Р. Филиппова: «...Куда возьметесь вы Сибирь зачислить? Была глухой провинцией, но вот по темпу жизни, по напору мысли она уже уступки не дает...» или отрывок стихотворения Е. Евтушенко: «Я сибирской породы. Ел я хлеб с черемшой. И мальчишкой паромы тянул как большой. ... Не боюсь я обиды, не боюсь я тоски. Мои руки обиты и сильны, как тиски. Все на свете я смею. Усмехаюсь врагу, потому что умею, потому что могу». Проект библиотеки им. Молчанова-Сибирского может служить примером или началом широкой информационной кампании по формированию привлекательного образа современной Сибири. Подчеркнем, что подобный проект по актуализации образа сибиряка реализовала и библиотека Сибирского федерального университета.

То, что советская пропагандистская кампания сибирского характера была удачной, подтверждают и исследования, проведенные в 2014 г. Лабораторией городского развития и социальных инноваций Международного института экономики и лингвистики Иркутского государственного университета. Во всех возрастных группах, кроме группы 23-30 лет, иркутяне считают себя в первую очередь сибиряками. Возрастная категория 23-30 лет в первую очередь относит себя к иркутянам, а ответ «сибиряк» на 3-м месте. Больше всего считают себя сибиряками пенсионеры – почти 40 %.

Необходимо отметить, что подобное исследование, проведенное в г. Перми, дало другие результаты. Локальная идентичность «пермяк» оказалась самой сильной – 46 % сре-

ди опрашиваемых. Второй по важности стала региональная идентичность «житель Пермского края». Самыми «слабыми» идентичностями оказались этническая и географическая («представитель своей национальности» и «житель Урала»), что еще раз подтверждает, что советская идеология, направленная на формирование позитивной региональной идентичности «сибиряк», созданная для индустриального освоения восточных территорий и их урбанизации, была успешной. Особое внимание уделялось строительству Байкало-Амурской магистрали.

Необходимо отметить, что актуализация идентичности «сибиряк» не всегда является показателем роста политического самосознания. Большее влияние на такую актуализацию оказывают миграционные процессы. Это подтверждается результатами исследований Лаборатории городского развития и социальных инноваций МИЭЛ ИГУ. Например, в Иркутске общая численность молодежи в возрасте 14-30 лет составляет 31 % от населения города. Высока доля молодежи, приезжающей сюда для учебы, что обусловлено концентрацией учреждений образования. Когда молодых людей, приехавших получать образование не только в Иркутск, но и в Красноярск, Новосибирск, Томск, спрашивают, кем они себя считают, то получают ответ «сибиряками», потому что за время обучения в вузе они не успели стать иркутянами, красноярцами, новосибирцами и томичами. Похожий процесс наблюдается и с пенсионерами. В Сибири, в частности в Иркутске, резко континентальный климат, и люди, выходя на пенсию, нередко переезжают в места с более теплым климатом, например в Краснодарский край. Однако в Иркутске есть целые дома северян, получивших квартиры по программе переселения из северных территорий. Также, выходя на пенсию, северяне предпочитают переезжать в областной центр, где жизнь проще. Такие люди тоже считают себя сибиряками, а не иркутянами, так как идентичность, связанная с территорией, во многом определяется продолжительностью проживания.

Подчеркнем, что репрессии и активная миграционная политика, в том числе для освоения сибирских территорий, в Советском Союзе затруднили актуализацию локальной идентичности современных сибирских городов, так как не способствовали длительности проживания на одном месте для ее формирования.

Исследования подтверждают, что когда люди активно включены в городские социально-экономические процессы, а их социальный успех связан с конкретным местом, они с гордостью считают себя местными жителями. Например, среди руководителей иркутянами себя считают 50 %. Таким образом, создание условий для самореализации людей в Сибири является одним из важных факторов для удержания на этой территории качественного человеческого капитала.

6. Заключение

На наш взгляд, обращение к идеологическому опыту советского прошлого освоения восточных территорий в настоящий момент не только актуальный тренд, соответствующий современному развитию страны, но и будет позитивно воспринято самим населением

Восточной Сибири, поскольку обращение к советскому наследию служит закономерным процессом освоения коллективной памятью очередного отрезка истории.

Мы полагаем, что в Сибири необходимо сформировать концепцию территориального брендинга не только для каждого города в отдельности, но и для региона в целом и воспользоваться этим современным инструментом для привлечения внимания к территории. Сущность территориального брендинга состоит в поисках привлекательных образов региональной идентичности. А главной целевой аудиторией должны стать сами сибиряки. Нужно сформировать такие положительные впечатления о Сибири, предложить жителям такие перспективы территориального развития, найти такой ракурс региона, чтобы им захотелось остаться здесь жить. Как отметил управляющий партнер группы «StasMarketing» Андрей Стась: «Бренд ничего не производит, его задача производить хорошее впечатление». Примером может быть такая информационная кампания: «наукоемкий Новосибирск, инновационный Томск, индустриальный Красноярск, аутентичный Иркутск».

Благодарность

Статья подготовлена при поддержке Программы стратегического развития Иркутского государственного университета. Проект $N \ge P 222 - M U - 006$ «Университет и сообщество».

Список литературы

- 1. Анисимова А.А., Ечевская О.Г. Сибирская идентичность: предпосылки формирования, контексты актуализации: Монография. Новосибирск: НГУ, 2012. 176 с.
- 2. Вендина И.О., (2012). Московская идентичность и идентичность москвичей // *Известия РАН. Серия географическая*. (5), 27-39.
- 3. Игнатьева О.В., Лысенко О.В., Янковская Г.А., Шишигин А.В., Ковин В.С., Оболонкова М.А., Дюкин С.Г., Кузнецов А.Г., Селезнева С.М., Подюков И.А. Пермь как стиль. Презента-

ция пермской городской идентичности / Под ред. О.В. Лысенко, Е.Г. Трегубовой, вступ. ст. О.Л. Лейбовича. Пермь: редакционно-издательский совет ПГГПУ, 2013. 240 с.

- 4. Михалева О.Л., Рачева А.А., Ташлыкова М.Б., Стародворская Е.В., Сумарокова Е.В. Советское как дискурсивный феномен: способы концептуализации прошлого: Монография / Под общ. ред. О.Л. Михалевой. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2013. 249 с.
- 5. Плотникова М.М. Территориальный брендинг: от герба до бренда (на примере Иркутска): Учеб. пособие. Иркутск: Изд-во ИГУ, 2013. 101 с.
- 6. Плотникова М.М., (2014). Современное развитие территориального брендинга в Иркутске: исторический контекст и мировая практика // Известия Сочинского государственного университета. (31), 41-49.
- 7. Плотникова М.М., Король Л.А., Павловская Т.О., Белькова Г.Д., Ласточкина М.С., Бурлакова Н.С., (2012). Тенденции развития городов Иркутска и Красноярска: история и современность // Вестник КрасГАУ. (70), 183-190.
- 8. Рожанский М.Я. Сибирь как пространство памяти: Монография. Иркутск: изд-во «Оттиск», 2013. 180 с.
- 9. Россия: восточный вектор. Предложения к стратегии развития Сибири и Дальнего Востока. Аналитический доклад / Под ред. В.С. Ефимова, В.А. Крюкова. Красноярск: Сиб. федерал. ун-т, 2014. 92 с.