

УДК-32:352(470.53)

DOI: 10.17072/2218-1067-2018-3-148-165

## ПРОМЫШЛЕННЫЕ ГОРОДА УРАЛА: СПЕЦИФИКА ЛОКАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И ПОЛИТИЧЕСКИХ ПРАКТИК<sup>1</sup>

*Т. Б. Витковская, М. В. Назукина<sup>2</sup>*

Статья посвящена исследованию городов с развитым промышленным производством, в которых расположены крупные заводы машиностроительной, металлургической, горнодобывающей и химической отраслей. В России наибольшее количество заводов тяжелой промышленности расположено в уральском макрорегионе, особенно в традиционно промышленных Свердловской, Челябинской областях и в Пермском крае. Представлены результаты исследования, проведенного на материалах городов данных регионов. В исследовании использованы материалы интервью с представителями городской элиты, в числе которых – главы с исполнительными полномочиями и члены локальных представительных институтов, а также материалы местной прессы. Экономическим базисом и гарантом качества жизни в промышленных городах является завод. Показано, как индустриальная специфика таких городов влияет на формирование их локальной идентичности. Сделан вывод о том, что производство является одним из ключевых атрибутов локальной идентичности промышленных городов и определяет складывание локально-заводской идентичности. Отмечается, как сформированная локально-заводская идентичность учитывается при выработке стратегий политического участия предприятий, используется в муниципальных избирательных кампаниях. Рассмотрена тактика выдвижения предприятиями своих работников в качестве кандидатов на местных выборах и отмечена значимая доля заводчан в муниципальных представительных институтах. Сделано предположение, что ориентация местного сообщества на участие в управлении городом наравне с представителями предприятий может повысить качество муниципального управления и дать некоторые гарантии стабильности городского

---

<sup>1</sup> Работа выполнена при поддержке программы фундаментальных исследований УрО РАН, проект № 18-6-6-29 «Политическое пространство промышленных городов Урала: институты, идентичности, практики».

<sup>2</sup> Витковская Татьяна Борисовна – кандидат политических наук, научный сотрудник Пермского федерального исследовательского центра Уральского отделения РАН. E-mail: vit.tatiana@gmail.com (ORCID 0000-0003-1281-1292. ResearcherID L-8284-2018).

Назукина Мария Викторовна – кандидат политических наук, научный сотрудник Пермского федерального исследовательского центра Уральского отделения РАН, доцент кафедры политических наук ПГНИУ. E-mail: nazukina@mail.ru (ORCID: 0000-0003-0190-0513. ResearcherID: L-8246-2016).

развития. Показано, как сложившиеся в локальном сообществе представления об общественной роли завода мотивируют предприятия отвечать на социальные запросы городского населения. В сложных социально-экономических условиях предприятия снижают вклады в городскую среду, что ведет к ухудшению качества жизни горожан. Сделано предположение, что локальная идентичность городов данного типа может быть выведена за ограничивающие рамки промышленной идентичности и таким образом стать ресурсом развития города. Показано, почему локальная идентичность является недооцененным ресурсом городского развития и каким образом она может быть использована городским сообществом. Отмечаются особенности локальной идентичности в городах с одним градообразующим предприятием – моногородах, в формировании которой главную роль играет градообразующий завод как спланируемый элемент. В городах, которые теряют свою промышленную специализацию после закрытия градообразующих заводов или кризиса локальной экономики, традиционные заводские символы более не отображают идентичность места, постепенно меняется локальный дискурс и предприятия отстраняются от муниципального управления.

*Ключевые слова:* локальная идентичность; локальная политика; Урал; моногород; промышленность; развитие города.

В данной статье будут рассмотрены базовые особенности локальных идентичностей промышленных городов Урала, формирующие локальное символическое пространство, и их отражение в пространстве публичной локальной политики.

Модель данных представлений предложена авторами на основе экспертных интервью, проводимых среди представителей локальных элит, местных жителей, анализа материалов местных СМИ в городах Урала на протяжении последних пяти лет. Были проанализированы позиции различных представителей локальной элиты, в числе которых главы с исполнительными полномочиями (главы территорий, главы муниципальных администраций) и члены локальных представительных институтов (в том числе партийных), руководители бюджетных организаций и представители предприятий. Следуя за дискурсивной теорией Эрнесто Лаклау и Шанталь Муфф [9, 115], мы выделили ключевые «узловые точки» (темы), образующие специфику дискурса идентичности городских сообществ Урала. При поиске ключевых тем, составляющих дискурс идентичности, предполагалась их связь с экономической специализацией городов, включенных в исследование, а также их отражение в публичной политической повестке, наиболее четко – в период муниципальных избирательных кампаний, при поиске городских символических атрибутов, праздновании важных для сообщества исторических событий, памятных дат и профессиональных праздников.

Локальные идентичности являются низовым уровнем пространственно-территориальной идентификации и связаны с чувством сопричастности человека с местом его проживания или/и происхождения: районом, городом, населенным пунктом, конкретной местностью. Они основаны на понятии «малая родина» и представляют собой совокупность смыслов, эмоциональных и ценностных значений, которыми наделяется важное для самоопределения человека место [4]. В самом общем виде локальную идентичность можно концептуализировать и как объективированные выражения местной уникальности, такие, например, как историко-культурный контекст, на основе которого «вырастает» самосознание жителей, и как механизмы использования этих особенностей через политику по их конструированию. Важно также отметить, что значимой составляющей локальной идентичности является эмоциональная связь, чувства и отношение к месту, где живет сообщество [10; 11]. Это чувство обычно связывается с понятием «местного патриотизма» [3, 79–80] и может проявляться в нежелании менять место жительства, чувстве ностальгии к территории, социокультурной активности, развитых земляческих связях и пр.

Являясь социокультурной основой сплочения жителей в городское сообщество, идентичность способствует росту положительных образов о городе, формированию имиджевых проектов, символических и брендовых атрибутов, тем самым становясь частью креативного капитала и повышая значение города в жизни самих людей, поэтому локальная идентичность – это один из ресурсов развития городов, способный активизировать социально-экономическое развитие места. Следуя конструктивистскому подходу, акторы городской политики, с одной стороны, могут на уровне символических действий поддерживать, корректировать и даже менять образы и составляющие городской идентичности. Вместе с тем, контекст в виде наследия всегда будет накладывать ограничительные рамки на данные практики. В этом смысле заводская, индустриальная городская идентичность сама может задавать ракурсы политическим практикам.

Идентичность по-разному проявляется в городах, что обусловлено не только политикой по ее конструированию, но и объективными особенностями территории: историко-культурным фундаментом, социально-экономическим развитием, наличием творческой и креативной среды и пр. В качестве исследуемых случаев, на основе которых будет определена специфика локальных идентичностей, выбраны промышленные города уральского макрорегиона. Урал является важной территорией, выполняющей роль срединного региона, оплота и опоры государства. А.И. Татаркин отмечает, что суть такого региона отражена в названии территории («срединный») - расположение в середине территории страны: «Важнейшим отличительным его качеством можно считать то, что среднее расстояние перемещения от этого региона до любой точки «материнской» территории, частью которой он является, будет меньше, чем аналогичное среднее расстояние до любой точки этой территории у других ее регионов» [8]. По его мнению, из семи федеральных округов только Центральный,

Уральский и Приволжский могут претендовать на статус срединных регионов страны по этому признаку. Однако Урал имеет дополнительные преимущества, которые заключаются в срединном расположении на Евразийском континенте и наличии богатых запасов природных ресурсов.

Не случайно, поэтому, основу идентичности уральского макрорегиона составляет экономический дискурс. Наличие огромных ресурсов, мощного промышленного потенциала неразрывно связаны с Уралом («Урал – опорный край державы», «Урал – металлургическое сердце России»). Другая, дополнительная, но важная черта уральской самости обусловлена тем, что на протяжении долгого исторического времени Урал представляет собой «промежуточную и соединяющую территорию», между обжитым «историческим ядром» России и переселенческими сибирскими просторами [5]. На территории уральского макрорегиона расположено большое число моногородов<sup>1</sup>. Спецификой уральских моногородов, кроме того, считается также то, что многие среди них являются самыми крупными по численности населения и их отличительной особенностью является промышленный, индустриальный вектор развития, что обусловлено их отраслевой специализацией – металлургия, машиностроение, оборонная промышленность<sup>2</sup>. Классическими носителями уральской специфики являются три региона РФ – Свердловская область, Челябинская область и Пермский край.

Ключевой дискурс, выделенный нами в результате исследования, связан с тем, что производство является одним из ключевых атрибутов локальной идентичности промышленных городов и определяет складывание локально-заводской идентичности. Конкретно это проявляется в следующих особенностях.

Во-первых, в локальных идентичностях многих уральских городов важным оказывается акцентирование индустриальной сущности. При этом отдельные отрасли тяжелой промышленности – машиностроение и металлургия, горнодобывающая и химическая промышленность – предполагают монопрофильный характер производства, высокую концентрацию рабочего персонала на производстве и содержание заводом объектов инфраструктуры, которые могут работать и на жилую часть города. Производственная специфика предопреде-

---

<sup>1</sup> На территории Уральского экономического района расположено 63 моногорода, на территории Пермского края, Челябинской и Свердловской областей – 43 моногорода из 319 моногородов на территории РФ. // Распоряжение Правительства РФ от 29.07.2014 № 1398-р. Фонд развития моногородов: документы. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.frmrus.ru/documents/> (дата обращения: 06.02.2018)

<sup>2</sup> Так, средняя численность населения уральского моногорода составляет 65,6 тыс. человек, а в 6 моногородах численность жителей превышает 100 тыс. При этом на территории Уральского ФО насчитывается только 37 моногородов, однако на них приходится 20% населения УФО. Источник: Обзор российских моногородов. Аналитический доклад. Институт комплексных стратегических исследований, июнь 2017. [Электронный ресурс]. URL: [https://icss.ru/images/pdf/research\\_pdf/MONOTOWNS.pdf](https://icss.ru/images/pdf/research_pdf/MONOTOWNS.pdf) (дата обращения: 01.06.2018).

ляет тесную «сцепку» таких заводов с городом, которая обуславливает политическую активность предприятий и проявлена в городской идентичности.

К примеру, для г. Соликамска и Березников Пермского края промышленная специфика определяет особенности позиционирования и локального характера. Оба они относятся к крупнейшим промышленным центрам края, и общее позиционирование завязано на продвижении экономических образов и брендов. В Березниках локальный дискурс идет вокруг звания «столицы химии» края. В отличие от Березников позиционирование Соликамска связано с конкретным символом – солью. При этом можно заметить, что соляной бренд выбран в качестве основополагающей линии локального брендинга, призванного соединить экономику и историю края в общую формулу городской уникальности. 2010 год можно считать знаковым в реализации соляной стратегии продвижения города: Соликамск отметил свое 580-летие. Город принял участие в программе «Центр культуры Пермского края-2010», проводимой Министерством культуры Пермского края. Представленный на конкурс проект под названием «Соликамск — соляная столица России» стал победителем. Идея проекта завязана на стремлении сделать соль ключевым локальным брендом, поскольку исторически именно с ней связано становление и развитие города. Основными мероприятиями солевого имиджа стали - «Фестиваль Соли», комплексные проекты «Музей соли», «Сользавод» и другие. Важным этапом реализации проекта стала символизация соляного бренда - создание «символа города — знака соли».

Города горнозаводской цепочки Пермского края также ассоциируются с Уралом за счет большой роли промышленности в их развитии. История появления г. Чусового, например, связана с типично уральским вариантом - постройкой Горнозаводской железной дороги в 1878 г. (станция Чусовская) и основанием металлургического завода в 1879 г. Свое имя город получил от главной р. Чусовой – символа Урала. На сегодняшний день многие социально-политические и культурные процессы в Чусовском районе неотделимы от общеуральского дискурса. Чусовой – типичный моногород, со сложным социально-экономическим положением в силу проблем и приостановлением реконструкции Чусовского металлургического завода (АО ЧМЗ).

Появление г. Лысьвы также связано с возведением чугунолитейного завода в 1785 г. Развитие города предопределяла идентичность города-завода. Это повлияло на архитектуру города, состав населения. Однако в 1990-е гг. с исчезновением доминирующей роли промышленности Лысьва оказалась в смысловом вакууме<sup>1</sup>. Для позиционирования города большое значение имела победа в конкурсе «Центр культуры Пермского края» в 2009 г. Основу проекта составили традиционные уральские символы завода. К примеру, на производст-

---

<sup>1</sup> Курбатова Т.В., Сафрошенко О.Н. Ресурс культуры в развитии города. Опыт реализации и стратегического планирования // Справочник руководителя учреждения культуры. 2010. № 10. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cultmanager.ru/magazine/archive/53/1268/> (дата обращения: 05.05.2018).

венной площадке Лысьвенского металлургического завода была создана экскурсионная программа, в городском музее открылась выставка, рассказавшая об уральских городах-заводах, территориях, объединенных именем рода графов Шуваловых. Развитие бренда каски, путем создания первого в России Музея каски (Лысьвенский металлургический завод был единственным производителем солдатской каски в годы Великой Отечественной войны), стало значимым дополнением к имиджу г. Лысьвы<sup>1</sup>.

Таким образом, производственные бренды определяют имидж Лысьвы. Помимо завода и касок, стоит назвать, знаменитые лысьвенские кастрюли, утюги, бытовые напольные плиты марки «Лысьва», а также трикотаж (носки, колготки и пр.).

Еще один пример, Александровск – город, расположенный в 185 км к северо-востоку от Перми. Основное машиностроительное предприятие города – ОАО «Александровский машиностроительный завод». Главной отличительной особенностью Александровска являются наличие градообразующего предприятия и промышленная сущность: «...завод – это наше градообразующее предприятие, и город живет, существует только за счет этого всего, всегда жил, столько лет ему, 200 лет заводу»<sup>2</sup>; «Машиностроительный завод – это достаточно крупное, градообразующее предприятие. Одно из крупнейших предприятий было в данной отрасли в Советском Союзе»<sup>3</sup>; «По сути, теперь в городе остался один завод, но условия работы на нем не очень. Заработная плата очень низкая. Можно сказать, что город полностью зависит от завода»<sup>4</sup>.

Не только производство как ценность, но и символические маркеры довольно часто определяются промышленной спецификой. Идентичность г. Александровска выстраивается на символе производства, а официальные символы города отражают характерные отрасли промышленности – металлургическую, машиностроительную, в которой заняты жители города. Так, на гербе Александровского района и г. Александровска изображен юноша в чёрном длинном кузнечном фартуке «правой рукой, опирающийся на обращенный золотой рукоятью вверх черный кузнечный молот, а в левой руке держащий черное ядро, и сопровождаемый в левом нижнем углу шестью таковыми же ядрами, сложенными пирамидально (один, два, три)»<sup>5</sup>. Такое изображение показывает характерные отрасли промышленности, в которой заняты жители города.

---

<sup>1</sup> Лысьва — месторождение культуры. URL: <http://mk.lysya.ru/program/> (дата обращения: 05.05.2018).

<sup>2</sup> Интервью. 18.07.2016 // Из лич. арх. авт.

<sup>3</sup> Интервью 2. 18.07.2016 // Из лич. арх. авт.

<sup>4</sup> Интервью. 11.02.2017 // Из лич. арх. авт.

<sup>5</sup> Решение Александровской городской думы от 24 ноября 2005 года № 106 «О гербе муниципального образования „Александровский район“». Александровский муниципальный район Пермского края. Официальный сайт органов местного самоуправления. [Электронный ресурс]. URL: <https://aleksraion.ru/index.php/nash-raion/221-gerb-pril> (дата обращения: 20.04.2018)

Верхняя Пышма – город рядом с Екатеринбургом, основанный в 1856 г. ради добычи медной руды и выплавки меди на территории. На сегодняшний день завод по производству рафинированной меди и ее производных является градообразующим для территории, и город Верхняя Пышма является базовым для Уральской горно-металлургической компании – первого в России по величине производителя меди. Идентичность города базируется на его узкой производственной специфике, история и мифология города связаны с медью, и символ меди – «зеркало Венеры» размещен на флаге и гербе города<sup>1</sup>. Более половины почетных граждан города имеют отношение к производству<sup>2</sup>.

Во-вторых, в случае если в городе не несколько, а одно ключевое предприятие, и город является моногородом, в нем складывается моногородская идентичность, в формировании которой главенствующую роль играет градообразующее предприятие как спланируемый элемент, поэтому оно занимает важное место в ценностном наполнении идентичности жителей. Е.В.Сатыбалдина считает, что ведущей характеристикой моногорожанина является однолинейное восприятие им внешнего мира, что объясняется сложившимся моносознанием и моноповедением данного типа личности, сохранившей традиционность мышления с опорой на нормы и ценности патриархальной горнозаводской культуры: «Социокультурные стереотипы, привычки, заложенные воспитанием и культурными традициями; ценностные ориентации людей, составляющих территориальную общность под названием «жители уральского моногорода» [7, 7]. Кроме того, здесь доминирует профессиональная идентификация. Например, население г. Магнитогорска идентифицирует себя больше как жителей металлургического центра, нежели как магнитогорцев, и в городе актуальна дихотомия «комбинатовский – некомбинатовский работник» [1, 158].

Если ситуация в моногороде не очень благоприятная, к указанным особенностям «картины мира» жителя моногорода добавляется распространенность среди жителей пессимистического прогноза относительно будущего города («я не вижу здесь будущего»; «он затухает»; «деградация и стагнация»<sup>3</sup>). Закрытие градообразующих предприятий ставит вопрос о судьбе города. В Верхнем Уфалее Челябинской области ОАО «Уфалейникель», когда-то первый никелевый комбинат в стране («первенец никелевой промышленности страны»), в 2017 г. прекратил своё существование, что привело к резкому ухудшению социально-экономической ситуации, усилению дискурса «депрессивно-

---

<sup>1</sup> Гербовика, официальные символы муниципального образования // Официальный сайт городского округа Верхняя Пышма. [Электронный ресурс]. URL: <http://mopv.ru/about/heraldry/> (дата обращения: 20.04.2018)

<sup>2</sup> Почетные граждане // Официальный сайт городского округа Верхняя Пышма. [Электронный ресурс]. URL: <http://mopv.ru/about/honor/> (дата обращения: 20.04.2018)

<sup>3</sup> Интервью. 11.02.2017 // Из лич. арх. авт.

сти» и «безысходности»<sup>1</sup>. Традиционные заводские образы и символы (на флаге, в частности, изображен, прямонаклонённый белый литейный ковш, из которого льётся жёлтая струя, показывающая основные отрасли тяжёлой промышленности города - металлургию и тяжёлое машиностроение) уже не отображают идентичность места. Еще более яркий пример – г. Кизел Пермского края, который потерял свое градообразующие предприятие – шахты, закрытые в 1990-е гг. По отношению к городу у экспертов доминируют негативные характеристики его специфики и подчеркивание проблем: «Шахты для Кизела были всем, поэтому сейчас у нас нет вообще ничего»<sup>2</sup>. Положение характеризуется как «сложное», «тяжелое», «упадническое». Исчезновение шахт повлекло проблемы занятости и социального самочувствия: «Шахтерская специфика она это...шахтерская специальность и работа она специфическая и её очень тяжело чем-то заменить»; «Когда шахты начали закрываться, ой, как страшно было. Я вообще была в шоке»<sup>3</sup>. Будущее Кизела рассматривается неопределенно («Нашего будущего нет в Кизеле. Только если будут открываться предприятия»; «Нам нужны предприятия»<sup>4</sup>). Тем не менее, шахтерские образы связываются с позитивным прошлым. Ключевым символом города является городской герб, на котором изображены две серебряные опрокинутые кирки, положенные накрест, и древняя золотая шахтерская лампа, демонстрирующие, что угледобыча была основой развития города. Причем, лампа горит, и это означает «надежду на процветание города и в будущем»<sup>5</sup>. Топонимика города также сохранила названия со времени работы шахт: Шахта им. Ленина, Общий Рудник, Доменный Угор, Рудничный и др.

В-третьих, горожане идентифицируют свой город с заводом, но не обязательно – с его собственниками или официальными представителями. Например, в г. Александровске горожане выражали недовольство политическими амбициями генерального директора машиностроительного завода Геворга Григоровича Меграбяна, критиковали его работу в открытых письмах в местную газету и даже сформулировали лозунг: «Не хотим жить в Меграбянске!»<sup>6</sup>.

Для завода, в свою очередь, актуально поддержание связи жители – предприятие, поэтому они заинтересованы в заводской идентичности. Главные

---

<sup>1</sup> Гордиенко В. «Наоптимизировались уже». Жители южноуральского города просят известного врача спасти детскую поликлинику // УралПолит.ру. 2018. 8 мая. [Электронный ресурс] URL: <http://uralpolit.ru/article/chel/08-05-2018/138979> (дата обращения: 20.04.2018)

<sup>2</sup> Отчет по итогам зимней экспедиции НСО кафедры СЭГЗС: Современные процессы трансформации промышленных площадок (на примере малых городов Пермского края). Москва, 2013. С. 55. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.geogr.msu.ru/cafedra/segzs/nso/SEGZS\\_NSU\\_Perm2013.pdf](http://www.geogr.msu.ru/cafedra/segzs/nso/SEGZS_NSU_Perm2013.pdf) (дата обращения: 23.09.2017).

<sup>3</sup> Интервью. 16.06.2016 // Из лич. арх. авт.

<sup>4</sup> Интервью. 15.06.2016 // Из лич. арх. авт.

<sup>5</sup> Герб города Кизел. [Электронный ресурс]. URL: <https://geraldika.ru/symbols/12307> (дата обращения: 20.04.2018)

<sup>6</sup> Боевой путь. 2000, №52; 2001, № 5, 7, 9,12,17; 2004, № 7, 11, 15.



городские дворцы культуры в промышленных городах обычно называются «Дворец металлургов», а спортивные сборные города (в особенности, футбольные и хоккейные клубы) часто поддерживаются и носят название либо градообразующего предприятия (например, ФК «Северский трубник» в г. Полевском Свердловской области, где действует Северский трубный завод), либо именуется просто «Металлург» (Кыштым и Аша Челябинской области, Кировград Свердловской области, Чусовой Пермского края и др.). Многие городские мероприятия, праздники и фестивали связаны с заводом. Так, день города часто отмечается одновременно с Днем металлурга (третье воскресенье июля). В этот день в городах проводятся празднования, вручаются премии и подарки лучшим работникам-металлургам<sup>1</sup>. Так, в Верхней Пышме Свердловской области каждый год проводится масштабный карнавал, посвященный Дню металлурга. В Лысьве Пермского края, к примеру, в 2017 г. такой праздник проводился под лозунгом «День города металлургов». Директорат осознает важность публичных праздников для позиционирования предприятий, что подтверждается тем, что они могут превращаться в предмет конкуренции между заводами. Так, в Лысьве ежегодно проводятся два городских праздника – День металлурга, спонсируемый металлургическим заводом, и День машиностроителя, финансируемый турбогенераторным заводом, и организаторы праздников стараются превзойти соперников масштабностью действия [2, 27].

Зачастую жители моногорода воспринимают директорат завода как ответственного за будущее города не в меньшей степени, чем руководство муниципалитета, вне зависимости от актуальной доли налоговых поступлений от завода в городском бюджете или реальной роли завода в локальной экономике. Перекалывание ответственности за город на завод отражает упрощенное, буквальное восприятие горожанами завода в качестве «градообразующего» элемента. Существующие в общественном сознании стереотипы связаны с особенностями моногородской идентичности и низким уровнем правовой и экономической грамотности населения в небольших заводских городах.

В-четвертых, во многих промышленных городах собственники или менеджмент предприятий активно участвуют в формировании и реализации городской политики, что соответствует ожиданиям большинства горожан. Представители предприятий мотивированы соображениями личной и корпоративной выгоды, и их политическая активность прежде всего – не ответ на ожидания населения, а способ реализации собственных практических целей. Однако их политическое участие вполне вписывается в «картину мира» жителей промышленного города, и менеджмент предприятий использует это в избирательных кампаниях своих кандидатов.

---

<sup>1</sup> Показательна в этом смысле одна из поздравительных листовок, выпущенных ко дню города Садка (Челябинская область) – «Слава металлургам - повелителям огня» . [Электронный ресурс]. URL: <http://pochel.ru/c/article/4947-progulka-po-satke/> (дата обращения: 20.05.2018)

Для завода основной способ включения в муниципальную политику и управление – это финансирование избирательных кампаний лояльных местных политиков, а также их организационная и информационная поддержка. Избранные представители предприятия также могут назначать лояльных заводу кандидатов на ключевые муниципальные должности – первый заместитель главы, председатель счетной палаты и т.п.

Распространенной тактикой является выдвижение на пост главы города и в муниципальные депутаты сотрудников или бывших работников предприятия. И, как правило, представители завода получают поддержку избирателей на муниципальных выборах. Об этом свидетельствует состав органов местного самоуправления в промышленных городах. К примеру, в составе городской думы «столицы химии» Пермского края г. Березники 15 из 25 депутатов представляют химические предприятия («Азот», «Уралхим», «Ависма», «Уралкалий» и «Березниковский содовый завод»)<sup>1</sup>. В городской думе г. Соликамска – «города соли», 9 депутатов из 25 представляют завод по производству калийных удобрений<sup>2</sup>. В городской думе г. Чусового, для которого металлургический завод является градообразующим, 10 депутатов из 20 – это «металлурги», и глава города и его администрация, реализуя собственный политический курс, демонстрируют лояльность заводу<sup>3</sup>. В Верхней Пышме Свердловской области – базовом городе Уральской горно-металлургической компании, и глава города, и 11 из 18 депутатов городской думы являются выходцами с принадлежащего компании металлургического завода<sup>4</sup>.

Показательно, что в городах, которые теряют свою промышленную специфику после закрытия градообразующих предприятий, «заводчане» выбывают из состава органов местного самоуправления. Так, в составе городской думы г. Верхний Уфалей, который был избран осенью 2015 г., когда градообразующий никелевый комбинат уже находился под угрозой закрытия, работает только один бывший сотрудник ОАО «Уфалейникель»<sup>5</sup>. Городская дума г. Кизела, где

---

<sup>1</sup> Состав депутатского корпуса Березниковской городской думы. Официальный сайт г. Березники. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.berduma.ru/deputies/> (дата обращения: 12.05.2018)

<sup>2</sup> Состав депутатского корпуса Соликамской городской думы. Официальный сайт г. Соликамска. [Электронный ресурс]. URL: <http://gorduma.solkam.ru/deputaty/deputaty-pokrugam/> (дата обращения: 11.06.2016)

<sup>3</sup> Состав депутатского корпуса Чусовской городской думы. Официальный сайт Чусовского городского поселения. [Электронный ресурс]. URL: <http://chusovskoj.permarea.ru/chusovskoe/Organ-vlasti/Gorodskaja-Duma/> (дата обращения: 11.06.2017)

<sup>4</sup> Состав депутатского корпуса думы городского округа Верхняя Пышма. Официальный сайт думы городского округа Верхняя Пышма [Электронный ресурс]. URL: <http://movp.ru/msu/duma-go-verhnyaya-pyishma/> (дата обращения: 11.05.2018)

<sup>5</sup> Состав депутатского корпуса Собрания депутатов Верхнеуфалейского городского округа. Официальный сайт городского округа Верхний Уфалей [Электронный ресурс]. URL: <http://ufaleyadmin.ru/htmlpages/Show/odeputatax> (дата обращения: 19.02.2017)

шахты закрылись два десятилетия назад, в настоящее время составлена представителями бюджетных учреждений и муниципальных предприятий<sup>1</sup>.

При этом промышленные предприятия, ориентированные на участие в политике, зачастую участвуют в выборах каждый электоральный цикл, и электорат научился вычислять политические заказные материалы. Это подтверждает, что электоральные победы заводчан базируются не только на финансовых и организационных ресурсах предприятий, которые могут вести затратные и масштабные избирательные кампании, но отражают собственные предпочтения электората [6, 235]. Для части избирателей голосование за заводчан – это рациональный выбор: они обоснованно ассоциируют потенциал развития города с крупным заводом. Кроме того, горожане справедливо опасаются снижения вкладов предприятия в городскую среду в случае его ухода из общественно-политической жизни города. Логичен выбор работников завода и членов их семей, которые голосуют за представителей предприятия: они поддерживают собственного работодателя, своих коллег и представителей ближнего окружения (при этом они составляют значимую часть местного электората, в моногородах – более половины жителей города<sup>2</sup>).

В моногородах для части избирателей выбор в пользу заводчан связан со сформированной моногородской идентичностью: они воспринимают участие представителей градообразующего предприятия в городской политике как должное и даже желательное поведение, поскольку видят завод сплачивающим городское сообщество элементом. С целью привлечения этих избирателей на муниципальные выборы действующее руководство предприятий прибегает к помощи референтных фигур, репутация которых связана с авторитетом завода. Так, в ходе прошлых избирательных кампаний в органы местного самоуправления в моногороде Чусовой в избирательных округах, где проживают работники и ветераны предприятия, кандидаты от Чусовского металлургического завода получали заявления о поддержке от последнего директора завода советского периода Ирека Насыровича Губайдуллина. В моногороде Лысьва для кандидатов в депутаты от Лысьвенского металлургического завода была важна поддержка последнего директора завода советского периода Александра Ивановича Клементьева.

В Верхней Пышме в ходе избирательной кампании действующего главы (которая была важна для предприятия, имеющего негативный опыт работы с

---

<sup>1</sup> Состав депутатского корпуса Кизеловской городской думы. Официальный сайт города Кизел. [Электронный ресурс]. URL: <http://kizel.permarea.ru/kizelovskoe/Organy-vlasti/Gorodskaja-Duma/> (дата обращения: 19.02.2017)

<sup>2</sup> О несостоятельности (банкротстве): Фед. закон Рос. Федерации от 26 окт. 2002 г. №127-ФЗ; О внесении изменений в Федеральный закон „Об охране окружающей среды“ и отдельные законодательные акты Российской Федерации: Фед. закон Рос. Федерации от 21 июля 2014 г. №219-ФЗ // Доступ из справ.-правовой системы «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_39331/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_39331/) (дата обращения: 19.04.2018)

оппозиционным руководителем города) в прессе говорили о нем в «связке» с комбинатом «Уралэлектромедь» или его собственником – Уральской горно-металлургической компанией, с целью повисить его авторитет.

Первые лица предприятий могут сами координировать избрание «заводчан» в органы власти, лично выступать в качестве референтных фигур, которые агитируют за кандидатов от завода, и таким образом обеспечивать им дополнительную электоральную поддержку. Например, в Губахе в ходе ряда выборных кампаний высшие менеджеры предприятия «Метафракс» публично выступали в поддержку своих кандидатов на выборах городских депутатов, неофициально оказывали им необходимую организационную помощь, и в составе городской думы в течение нескольких созывов работали заводские депутаты. Выборную кампанию 2009 г. в Губахе из-за активной политической позиции руководства предприятия в местной прессе даже назвали «политической зачисткой»<sup>1</sup>. В ходе данной кампании уполномоченный собственников предприятия Армен Гайосович Гарслян лично составлял список кандидатов «от завода». При этом официальный список кандидатов в муниципальные депутаты от партии «Единая Россия» совпадал с неофициальным списком «заводских» выдвиженцев. Это говорит о том, что высший менеджмент предприятий может брать на себя исполнение не только административных, но и политических функций [2, 208–212].

«Сцепка» город-завод используется в предвыборной агитации, которую ведет руководство градообразующих предприятий, прежде всего в ситуациях, когда горожане обеспокоены перспективами закрытия завода или снижения объемов производства, потери рабочих мест. Показательным примером является пример моногорода Чусового, где в настоящее время население обеспокоено экономическими сложностями на заводе, которые повлекут за собой социально-экономические проблемы для всего города. Чусовой включен в список моногородов с наиболее сложным социально-экономическим положением, составленный Правительством РФ. В 2013 г., когда состоялись выборы главы г. Чусового и выборы депутатов городской думы, менеджмент завода вел агитационную кампанию поддержанных им кандидатов, опираясь на тезис о реконструкции градообразующего предприятия и строительстве нового трубно-сталеплавильного комплекса, который обеспечил бы рабочие места горожанам. Слоганом этой выборной кампании стал «Новый завод – богатый город». По итогам этой кампании, главой города был избран лояльный заводу кандидат, и 14 из 20 депутатских мандатов получили про-заводские кандидаты<sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Армен Гарслян взялся за район. Губахинский «Метафракс» активно поучаствовал в муниципальных выборах. [Электронный ресурс]. URL: <http://fedpress.ru/article/578478> (дата обращения: 20.04.2018).

<sup>2</sup> Политическая ситуация по итогам выборов главы Чусовского городского поселения и депутатов Чусовской городской думы: аналитическая записка. Официальный сайт комиссии

Собственники предприятий могут рассматривать участие завода в политической жизни как накладывающее определенные моральные и общественные обязательства и поэтому отвечают на социальные запросы городского сообщества: ведут благотворительную деятельность, содержат социально значимые объекты городской инфраструктуры, финансируют муниципальные социальные проекты и т.д. («хотя очевидно, что социальная сфера не самоокупаема, руководство считает ее содержание необходимым»<sup>1</sup>). Практики помощи завода муниципалитету являются частью «картины мира» жителя промышленного города, и отказ завода от предоставления такой помощи может обернуться социальными санкциями – ухудшением репутации, отказом в электоральной поддержке. Особенно значима легитимация политической активности через политику социальной ответственности для предприятий, которые остаются единственными на территории, в силу особенностей моногородской идентичности.

Личные политические амбиции руководителей предприятий также не могут быть реализованы без внимания к ожиданиям населения. Например, в г. Губаха председатель совета директоров градообразующего предприятия «Метафракс» Армен Гайосович Гарслян и генеральный директор предприятия Владимир Александрович Даут в 2006 г. баллотировались в региональный парламент. Первый избирался по партийному списку «Единой России», второй – в одномандатном округе, включающем, кроме Губахи, промышленные города Кизел и Гремячинск. В предвыборный период завод не только стал активнее оказывать социальную помощь городскому сообществу в Губахе, но и взял на себя новые социальные обязательства в г. Кизеле и Гремячинске [6, 233]. Имидж градообразующего предприятия, если он поддерживается через вклады в городскую среду, помогает его представителям улучшить репутацию и сделать политическую карьеру.

Вовлеченность завода в управление территорией, соответствующая сложившимся в локальном сообществе представлениям о его роли и «долге» и обеспеченная по итогам муниципальных выборов, имеет и негативные эффекты. Они могут не в полной мере осознаваться как заводским руководством, так и городским сообществом. Прежде всего, политическая «повестка дня» в этом случае сводится к вопросам, актуальным для предприятия (бюджетная, налоговая, инфраструктурная и социальная политика), что сужает видение будущего города и ограничивает перспективы его стратегического развития. Например, заседания представительного органа МСУ в такой ситуации один из депутатов определил как «производственные совещания», указывая на ограниченность круга обсуждаемых там вопросов. Также, если во главе города долгое время находится одна команда – команда завода, это грозит застоєм в политике и бю-

---

«Честный контроль». [Электронный ресурс]. URL: <https://permelectionmonitor.wordpress.com/category/uncategorized> (дата обращения: 14.08.2017).

<sup>1</sup> Интервью. 16.05.2009 // Из лич. арх. О.А.Рябовой.

рократизацией управления. Наконец, прочная «сцепка» частный бизнес – муниципальная власть существенно повышает коррупционные риски. Отдельной проблемой является возможность того, что в условиях нарастания серьезных социально-экономических проблем руководство предприятия может отстраниться от управления и покинуть территорию, которая не имеет альтернатив действующей управленческой команде.

\* \* \*

Таким образом, экономическая специфика городов рассмотренного типа – «заводских» городов в традиционно промышленных уральских регионах, оказывает существенное влияние на различные аспекты их развития: от формируемой локальной идентичности и символической атрибутики до складывающихся политических и управленческих практик.

Заводская идентичность выступает значимой основой для оформления чувств самости горожан. Заводские символы и индустриальные образы служат своеобразным нарративом, позволяющим наполнять локальную идентичность разделяемыми сообществом ценностями и выгодно позиционировать место во вне. Развитие локальной идентичности видится как один из путей, способных оптимизировать развитие территории, дать толчок росту положительного восприятия населением своего места. Очевидно, что одной символической политики будет недостаточно, и в случае моногородов речь должна идти о трансформации хозяйственной структуры города и создании в ней новых направлений. В Европе подобный сценарий реализовывался через внедрение в промышленные центры предприятий легкой промышленности и машиностроения, исследовательских организаций, учебных заведений и пр.

Одним из главных направлений решения проблем промышленных городов должен стать поиск внутренних импульсов развития. В частности, перспективным вектором является развитие производственного туризма, которое в России пока не получило сильного распространения. Однако опыт Европы показывает, что он может служить инструментом для повышения интереса к территории, привлечь инвесторов и усилить работу местных сообществ по продвижению их интересов. Промышленные города могут сконцентрироваться на базовой исключительности и продвигать их как свою «фишку». Поиск бренда города может стать основой формирования стратегического планирования развития. Вариантом может стать пример г. Нытвы, известного своим музеем ложки, Лысьвы Пермского края – города производства лысьвенских касок, эмалированной посуды, бытовых плит и др. Поиск подобной ниши для продвижения заводской идентичности должен осуществляться совместными усилиями власти, предприятий и самого населения.

Для стабильного развития промышленных городов важно формирование муниципальных управленческих команд, разделяющих ответственность за тер-

риторию с заводским руководством. При этом активное вовлечение общественности в городское управление, прежде всего через участие в муниципальных выборах с повесткой, не завязанной на завод, не является угрозой локальной идентичности городов, поскольку она не сводится к заводской идентичности. В промышленных городах предприятия продолжают играть особую роль в формировании и реализации городской политики, но их коалиции с представителями общественности или муниципальной оппозицией способны внести существенный вклад в повышение качества городского управления и уровня конкурентности локальной политики. Вместе с тем, отказ от пересмотра сложившихся, укорененных в локальном сообществе представлений о роли заводского руководства в публичном управлении и роли отраслевого производства в городском развитии может стать серьезным препятствием для дальнейшего комплексного развития промышленных городов Урала.

### Библиографический список

1. *Альбрехт О.А.* Особенности семей монопрофильного города // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2013. №1 С. 152–161. [*Al'brekht O.A.* Osobennosti semey monoprofil'nogo goroda [The peculiarities of the families of the single-industry town // Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science. 2013. No. 1. P. 152–161].
2. *Витковская Т.Б., Рябова О.А.* Моногорода Среднего Урала: локальные элиты и политические процессы. Екатеринбург: РИО УрО РАН, 2011. 259 с. [*Vitkovskaya T.B., Ryabova O.A.* Monogoroda Srednego Urala: lokal'nye elity i politicheskie protsessy [Single-industry towns of the Middle Urals: local elites and political processes]. Ekaterinburg: Publishing Department of UB RAS, 2011. 259 p.].
3. *Крылов М.П.* Региональная идентичность в Европейской России. М.: Новый хронограф, 2010. 240 с. [*Krylov M. P.* Regional'naya identichnost' v Evropeyskoj Rossii [Regional identity in the European Russia]. Moscow: Novyj khronograf Publ., 2010. 240 p.].
4. *Назукина М.В.* Локальная идентичность // Идентичность: Личность, общество, политика. Энциклопедическое издание. Отв. ред. И.С. Семенов. М.: Изд-во Весь Мир. М., 2017. С. 512–516. [*Nazukina M.V.* Lokal'naya identichnost' [Local identity // Identity: Personality, society, politics. Encyclopedic edition. Ed. by I.S. Semenenko. Moscow: "Ves' Mir" Publ., 2017. P. 512–516].
5. *Назукина М.В., Подвинцев О.Б.* Особенности позиционирования регионов Урала на современном этапе // Политическая регионалистика и исследования в регионах России / Политическая наука: Ежегодник 2010. М.: РОССПЭН, 2011. С. 216–237. [*Nazukina M.V., Podvintsev O.B.* Osobennosti pozitsionirovaniya regionov Urala na sovremennom etape [Features of the Ural re-

- gions positioning at the present stage // Political regionalism and studies in the regions of Russia / Political science: Yearbook 2010. Moscow: ROSSPEN Publ., 2011. P. 216–237].
6. *Рябова О.А.* Градообразующие предприятия и политические процессы в малых промышленных городах Урала. // Политическая наука. М.: ИНИОН РАН. 2008. №3. С. 224–235. [*Ryabova O.A.* Gradoobrazuyushchie predpriyatiya i politicheskie protsessy v malykh promyshlennykh gorodakh Urala [Town-forming enterprises and political processes in small industrial towns of the Urals // Political Science. Moscow: INION RAN Publ. 2008. No. 3. P. 224–235].
  7. *Сатыбалдина Е.В.* Особенности семьи уральского моногорода: социологический анализ. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата социологических наук. Екатеринбург. 2011. 16 с. [*Satybaldina E.V.* Osobennosti sem'i ural'skogo monogoroda: sotsiologicheskiy analiz [Peculiarities of the family of the Ural single-industry town: a sociological analysis]. Synopsis of Cand. soc. sci. diss. Ekaterinburg, 2011. 16 p.].
  8. *Татаркин А.И.* Модернизационная миссия Урала в повышении интеграционной активности российской экономики // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. 2013. №1 (33). [Электронный ресурс]. URL: <https://eee-region.ru/article/3305/> (дата обращения: 01.06.2018). [*Tatarkin A. I.* Modernizatsionnaya missiya Urala v povyshenii integratsionnoy aktivnosti rossiyskoy ekonomiki [Modernization mission of the Urals in increasing the integration activity of the Russian economy // Regional Economics and Management: electronic scientific journal. 2013. No. 1 (33)]. Available at: <https://eee-region.ru/article/3305/> (accessed 01.06.2018)].
  9. *Laclau E., Mouffe C.* Hegemony and socialist strategy: Towards a radical democratic politics. London, England: Verso, 1985. 198 p.
  10. *Pol E.* The Theoretical Background of the City Identity-Sustainability Network // Environment and Behavior. 2002. Vol. 34. No. 1. P. 8–25.
  11. *Twigger-Ross C. L., Uzzell D.* Place and Identity Processes // Journal of Environmental Psychology. 1996. Vol. 16. Issue 3. P. 205–220.



## **INDUSTRIAL CITIES OF THE URALS: SPECIFICITY OF LOCAL IDENTITY AND POLITICAL PRACTICES**

*T. B. Vitkovskaya*

Candidate of Political Sciences, Research Fellow, Perm Federal Research Center,  
Ural Branch of RAS

*M. V. Nazukina*

Candidate of Political Sciences, Research Fellow, Perm Federal Research Center,  
Ural Branch of RAS; Associate Professor, Department of Political Science,  
Perm State University

The article focuses on the study of industrial cities where large factories of machine-building, metallurgical, mining and chemical industries are situated. In Russia, a large number of factories of heavy industry are located in the Urals, especially in the traditionally industrial territories of the Sverdlovsk, Chelyabinsk and Perm regions. The paper presents the results of research conducted on the materials of industrial cities of these regions. The conclusions presented are based on the analysis of interviews with representatives of the local authorities, enterprises management, municipal deputies, and local citizens, on materials of the corporate and local media, and on electoral and municipal statistics. All the materials were gathered during the last five years. The enterprise acts as an economic base and, therefore, a guarantor of the quality of life in cities of such economic origin. It is shown how the industrial specificity of such cities influences the formation of their local identity. Production is a key attribute of the local identity of industrial cities, and it determines the formation of the local factory identity. In local identities of many Ural cities, it is important to emphasize the industrial essence. It is noted how the formed local factory identity is taken into account in the development of strategies for political participation of enterprises and how it is used in municipal election campaigns. The tactics of nominating enterprises' employees as their candidates in local elections is considered, and a significant proportion of enterprises' employees in municipal representative institutions is marked. The authors demonstrate that the urban community's orientation to take part in city governance along with representatives of enterprises can not only increase the quality of the governance but also provide some guarantees for the stability of the municipal development. The ideas developed in the local community about the public role of the factory motivate enterprises to respond to the social needs of the local community. Evidently, in modern intricate socio-economic conditions, enterprises intentionally reduce the contribution to the urban environment, which inevitably leads to a deterioration in the quality of life of the citizens. The local identity of industrial cities can be derived beyond the limits of industrial identity and, thus, become a resource for the development of the city. It is shown why local identity is an underestimated resource of urban development and how it can be used by the urban community. If

there is only one key enterprise in the city, and thereby it is a single-industry and single-factory city, it creates a mono-industry identity, in the shaping of which the city-forming enterprise plays a dominant role as a unifying element. Therefore, the city-forming enterprise occupies an important place in the value content of the residents' identity. In cities losing their industrial specialization after the closure of the city-forming factories or the crisis of local economy, traditional factory symbols no longer reflect the identity of the place, local discourse is gradually changing, and enterprises are being removed from the municipal government.

*Keywords:* local identity; local policy; Ural single-industry city; industry; development of the city.

## Рецензии и обзоры

УДК-32

DOI: 10.17072/2218-1067-2018-3-166-174

**ЯЗЫК ИМЕЕТ ЗНАЧЕНИЕ.  
РЕЦЕНЗИЯ НА КНИГУ Э. ЛЮ «СТАНДАРТИЗИРУЯ РАЗНООБРАЗИЕ:  
ПОЛИТИЧЕСКАЯ ЭКОНОМИЯ ЯЗЫКОВЫХ РЕЖИМОВ».  
УНИВЕРСИТЕТ ПЕНСИЛЬВАНИИ. 2015**

*Г. А. Данилова*<sup>1</sup>

Статья посвящена обзору книги Эми Лю «Стандартизируя разнообразие: политическая экономия языковых режимов». Рассмотрены понятия «языковая политика» и «языковой режим», показаны разные типы институциональных соглашений, которые ложатся в основу классификации разных языковых режимов, разработанной Лю: властно-концентрирующих, властно-долевых, властно-нейтрализующих, нейтрализующе-долевых. В типологии языковых режимов исследовательница опирается на два вида критериев: количество признанных языков (один или много) и природа признанных языков (родной или лингва франка). Этнолингвистическая гетерогенность, по мнению Лю, оказывается одним из ключевых факторов выбора того или иного вида институционального соглашения. Низкий уровень гетерогенности создает властно-концентрирующие режимы, высокий – властно-нейтрализующие. По сути, как отмечает Лю, языковые режимы являются политическими институтами, определяющими, какая языковая группа будет единолично обладать и распоряжаться ресурсами в данной политической системе.

Этнолингвистическая гетерогенность является препятствием на пути к успешному экономическому и политическому развитию государства, как полагает Лю, поэтому необходимо стремиться к уменьшению уровня языкового разнообразия институциональными методами. Каждый из выделенных исследовательницей типов языковых режимов обладает рядом преимуществ и недостатков, в той или иной степени поощряя культурный эгоизм, коммуникативную эффективность и коллективное равенство. Однако с точки зрения справедливости, наиболее успешным, по мнению исследовательницы, следует считать властно-нейтрализующий режим, в котором основным языком признается единст-

---

<sup>1</sup> Данилова Галина Александровна – кандидат политических наук, доцент кафедры политических наук, Пермский государственный национальный исследовательский университет. E-mail: galyda@yandex.ru (ORCID: 0000-0002-1069-5411. ResearcherID: N-3087-2018).