

УДК-323(470+571)

ЛОКАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ В МАТРИЦЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ ПЕРМСКОГО КРАЯ*

М.В. Назукина, Р.И. Петрова¹

В статье анализируются особенности актуализации локальной идентичности в Пермском крае. Предложены индикаторы для анализа локальной идентичности (самоидентификация с территорией; четкое определение специфики города в контексте иных городов, осмысление особенности статуса территории в региональном пространстве, выраженный локальный патриотизм, наличие локального бренда или вектора позиционирования города, низкое миграционное сальдо и высокий уровень удовлетворения местными властями и уровнем жизни), на основе которых определены базовые смысловые характеристики локальной идентичности Добрянки, Чердыни, Александровска, Кудымкара, Лысьвы.

Ключевые слова: локальная идентичность; символическая политика; бренд; социальное самочувствие; конфликт идентичности; город; Пермский край.

Проблема территориальной идентичности в современной России имеет актуальное научное и прикладное значение. Как нельзя более значима она для России, где в условиях продолжающегося «кризиса идентичности», активно проходят процессы регионализации и локализации – идет процесс конструирования территориальных идентичностей.

Территория и сосуществующее в ее рамках сообщество служат основой формирования общего мироощущения и чувства единства, предполагающего общую идентичность. При этом идентичности – это не застывший набор признаков и свойств индивида или группы, демонстрирующих его/их самость, а процесс или практика выработки коллективных смыслов, наполняющих значением качества данной самости. Иными словами, идентичность – это постоянные процессы идентификации, самопонимания, конструирования значений самости

* Работа выполнена при финансовой поддержке РГНФ, научный проект №15-13-59005 «Соотношение уровней территориальной идентичности: Пермский край на фоне России».

¹ Назукина Мария Викторовна - кандидат политических наук, научный сотрудник отдела по исследованию политических институтов и процессов ПНЦ УрО РАН, ст. преподаватель кафедры политических наук Пермского государственного национального исследовательского университета, координатор Сети по исследованию идентичности. E-mail: nazukina@mail.ru.

Петрова Регина Игоревна - магистр политологии, старший лаборант-исследователь отдела по исследованию политических институтов и процессов ПНЦ УрО РАН, ассистент кафедры политических наук Пермского государственного национального исследовательского университета. E-mail: rance.regina@mail.ru.

© Назукина М.В., Петрова Р.И., 2015

(вариантов ответа на вопрос «кто мы»), которые соперничают между собой, и каждая из которых потенциально может стать доминирующей в идентификационной матрице индивида или группы.

Под «идентификационной матрицей» нами понимается аналитическая категория, выстраивающая систему значений и приоритетов возможных самоидентификаций индивида. Основу идентификационной матрицы составляют ценности, смыслы и ориентиры идентичности (антропологические особенности, совместная территория проживания, историческое прошлое, религия, профессия, принадлежность к корпорации, общественный статус, уровень и специфика полученного образования и т.д.). Любое основание идентификации может сознательно акцентироваться под воздействием субъектов политического процесса и приобретать политическое качество.

Пространственно-территориальные основания наполняют матрицу наряду с групповыми, физическими, личностными, политическими и другими. Большинству индивидов в современных условиях свойственна множественность в т.ч. и территориальных идентификаций, выстроенных в определенную иерархию, и приоритет в ней в каждом конкретном случае может принадлежать различным территориальным уровням [12].

Наиболее приближенный уровень пространственной организации жизни сообщества, называемый локальным (уровень города, района, поселения) оформляет локальную идентичность. Она основана на понятии «малая родина» и может быть определена как совокупность смыслов, эмоциональных и ценностных значений, которыми наделяется важное для самоопределения человека место [10]. На психологическом уровне локальная идентичность может также проявляться в нежелании менять место жительства, любви к «малой родине», распространенности выражений «это моя родина – плохая или хорошая, но моя», «здесь живут мои родственники и жили мои предки» и др.

Локальная идентичность связана с ареальной парадигмой осмысления пространства. При таком подходе она предстает во множестве территориальных сообществ, структурированных по своим социоментальным характеристикам. Как справедливо отмечает В.Л.Каганский, локальная идентичность передает отношение группы не к физически заданному пространству или политически формально расчерченному пространству, а культурно (ценностно) маркированному пространству – культурному ландшафту. Предполагается, что между ареалом и определенной группой и личностью есть разные отношения, одним из этих отношений и является идентичность. Идентичность понимается как ощущение, проживание и рефлексия (чаще нерациональная) специфики «своей» территории на уровне группового и личного сознания [5].

С точки зрения социального конструктивизма локальная идентичность понимается как социальный конструкт, складывающийся в результате социальных практик в процессе взаимодействия, когда чувство места и ощущение локальной принадлежности становятся важными основаниями при определении

«кто есть мы». Актуализация таких идентификаций в жизни людей становится основанием для формирования локальной социокультурной общности – местного сообщества.

Переживание местной специфики, ее культивирование связано с развитием краеведения. На сегодняшний день развитие локальной идентичности и локальной культуры – важная часть политики местных властей, которые заинтересованы в удержании жителей, повышении качества жизни и росте местного самосознания. Для решения проблемы узнаваемости местные власти прибегают к символическому позиционированию, брендингу территорий, что рассматривается ими как предпосылка для решения прагматичных задач, стоящих перед сообществами - улучшения социального климата, формирования инвестиционной и туристической привлекательности регионов и создания благоприятной для развития человеческого потенциала и креативной экономики социальной среды. Распространенным маркером для особенности города или поселения во многих случаях становится туризм, благоприятной основой для развития которого служат как объективные географические, исторические особенности, так и их мифологическое наполнение (Великий Устюг – родина Деда Мороза, Кострома и Берендеево царство – родина Снегурочки и пр.). Брендинг места жительства связан с созданием привлекательного климата для проживания в регионе, снижением миграции из региона, привлечением в регион высококвалифицированных специалистов.

В настоящее время в России имеют место случаи доминирования локальной идентичности над региональной и национальной. Опрос исследовательской группы ЦИРКОН, проведенный в апреле-июне 2012 г., по вопросу территориальной идентичности на постсоветском пространстве, показал, что Россия оказалась страной с наиболее высоким показателем локальной идентичности из 10 стран бывшего СССР (табл.1) [16]. Аналогичные тенденции характерны и для Пермского края, что, в частности, иллюстрируют данные социологических опросов, проведенные исследователями О.В.Лысенко и А.В.Шишигиным (табл. 2).

Таблица 1

Распределение территориальной идентичности в некоторых регионах России (2012 г., ЦИРКОН)

Кем Вы лично в первую очередь себя ощущаете?	Ивановская область	Краснодарский край	Пермский край	Республика Татарстан
Жителем своего города, района	30	33	40	35
Жителем своего региона (области, края, республики)	15	13	11	24
Россиянином, гражданином России	47	47	40	34

Таблица 2

Распределение территориальной идентичности в некоторых городах Пермского края (2012-2014 г., ПГГПУ)¹

Идентичность	Пермь (2012)	Пермь (2014)	Березники (зима 2013)	Чайковский (2014)
Городская	46,5	42,5	59	41,6
Региональная	13	8,6	11,5	14,5
Макрорегиональная (уральская)	6	5,9	4,9	3,6
Общероссийская	29,1	39,1	20,9	37,2
Этническая	7	11,1	4,1	9,1

Приоритет локальной идентичности (ровно как иных уровней) в контексте нашего исследования может выстраиваться в рамках конфликтной или интегрированной модели. Первая определяется усилением дезинтеграционных процессов относительно иных уровней, характеризуется наличием конфликтов между уровнями или иными основаниями идентификации. В рамках интегрированной модели формируется дискурс встраивания в иерархическом порядке уровней территориальности с характерным усилением какого-то одного из уровней.

На сегодняшний день есть основания говорить о вариантах интегрированного соотношения территориальных идентичностей. Об этом говорит символическая политика локальных и региональных элит, которые пытаются позиционировать территорию через вписывание региональных особенностей в культурно-символическое пространство страны. В частности, это проявляется в интеграции в общее пространство России и поиске ниши для собственной уникальности в российском культурном пространстве, в особенности при определении девизов и брендов регионов («Россия начинается в Смоленске», Курск - «Соловьиный край России», «Великий Новгород – родина России» и т.д.).

Интеграция в общенациональный контекст проявляется и при разработке стратегической миссии региона или города, направляющей позиционирование территории и в целом ее развитие. В рамках разработки программ патриотического воспитания в регионах проблемы национальной идентичности и формирования чувства «мы» связываются и с региональным патриотизмом.

Однако конфликтное измерение в территориальной идентичности неизбежно всплывает, поскольку конструирование идентичности включает в себя не только определение того, кем некто является, но и того, кем он не является.

¹ Лысенко О.В., Шишигин А.В. Место городской идентичности в структуре территориальных идентичностей жителей Перми // Выступление на Всероссийской научно-практической конференции «Современный город: общество, власть, управление». Пермь, 15-16 апр. 2015 г. Архив авторов.

Иными словами, самоопределение идет через сравнение или формирование «другого». На взгляд Шанталь Муфф, конструирование «мы» через определение «они» может идти двумя путями: первый, когда «они» - это враги, которых необходимо не только победить, но и уничтожить; и, с другой стороны, «они» - соперники, т.е. те, с чьими идеями мы боремся, но в чьем праве отстаивать их мы не сомневаемся [9, 194]. Указанные варианты применимы и к процессу оформления территориальных сообществ. Возможно два основных варианта «другого» в региональном дискурсе: символический «враг» и соперник (конкурент). Конфликт с «другим» – один из возможных вариантов конфликтного измерения.

Важным очагом конфликтности становится конфликт на стыке территориальности и прочих оснований для идентичности, в особенности этническим и конфессиональным. Конфликтные варианты соотношения идентичностей имеют распространение также там, где символическая структура локальной или региональной идентичности входит в противоречие с другими уровнями территориальной идентичности. Помимо этого, возникают различные очаги конфликтности не только в рамках соотношения, но и внутри уровней территориальных идентичностей. Сталкиваются различные интересы и группы по поводу заполнения особенности территории. Часто население воспринимает «в штыки» инициативы политики идентичности элитных групп.

Актуализация локальной идентичности определяется через соответствующие индикаторы:

- самоидентификация с территорией;
- четкое определение специфики города в контексте иных городов, осмысление особенности статуса территории в региональном пространстве;
- выраженный локальный патриотизм (чувство гордости за город);
- наличие локального бренда или выраженного вектора позиционирования города;
- низкое миграционное сальдо и высокий уровень удовлетворения местными властями и уровнем жизни.

В соответствии с заданными индикаторами был разработан гайд интервью и анкета для проведения исследования в Пермском крае, содержащие следующие блоки:

1. Осмысление образа территории и города. Определение особенности, специфики места (в категориях: природа, экономика, география, люди и др.).

2. Осмысление места и специфики города в региональном пространстве. Выполнение функциональных и значимых ролей в регионе. Города-конкуренты и «соратники». Интеграция в общекраевую и российскую идентичность.

3. Определение историко-культурных и этнокультурных традиций, мифов места.

4. Определение символов и героев места. Знаменитые уроженцы и земляки, «гении места», значимые монументы и памятники

5. Осмысление привлекательности места для туристов, инвесторов и жителей. Имидж и позиционирование места.

Экспертное интервью было проведено в пяти городах Пермского края (Добрянка, Александровск, Чердынь, Кудымкар и Лысьва), отличающихся по своим объективным характеристикам. Всего было проведено 48 экспертных интервью с представителями локальных сообществ (локальной элиты). Дополнительно использовался метод дискурс-анализа материалов городских медиа и социальных сетей (за период 2013–2015 гг.). Наполнение образами и характеристиками места анализировалось через выделение базовых лексем («узловых точек»), нагруженных определенным содержательным смыслом и символами, которые, в свою очередь, связаны с индикаторами исследования:

1) уникальность города – базовые характеристики, через которые определяется специфика города (экономические, культурные, политические, исторические и пр.);

2) персонификация или культурные герои города (легендарные и реальные персоны);

3) экономический дискурс-оценка социального самочувствия и удовлетворение социально-экономическим положением города;

4) бренд города – образы, позиционирующие место, характеризующиеся по типам: привлекательного места жительства, инвестиций и бизнеса, культуры и туризма.

Результаты исследования представлены в табл. 3.

Таблица 3

**Распределение смыслов локальной идентичности в городах
Пермского края по символическим рядам**

Города	Уникальность, специфика места	Герои	Экономический дискурс-оценка	Бренд города
Добрянка	1. Близость к Перми 2. Природа 3. Добрые люди	В.А.Ладугин Марьянка	Высокая; перспективная	Места привлекательного для жительства («Столица Доброты»)
Александровск	1. Моногород 2. Производство, завод	Нет	Очень слабая; проблемная, деградирующая	Производственный («Город - завод»)
Чердынь	1. История, наследие 2. Урал 3. Природа	Ермак О. Мандельштам	Слабая	Туристический («Пермь Великая»; «Древняя столица Урала», лес и лось)
Кудымкар	1. Коми-пермяцкий язык, культура, история 2. Природа	П.И. Субботин-Пермяк В.В. Климов	Средняя	Культурный, этнографический (Центр коми-пермяцкой культуры)
Лысьва	1. Промышленность 2. История	Граф Шувалов В. Шухов А. Савин	Высокая; перспективная	Производственный («Город - производитель»)

Добрянка – город в Пермском крае, расположенный в 61 км к северу от Перми, с населением чуть выше 33 тыс. человек. Специфика города осмысливается в нескольких плоскостях, на первое место из которых может быть поставлено его расположение. Близость Добрянки к краевому центру рассматривается экспертами как важное конкурентное преимущество места. Из этого вытекают возможности для развития города: «самая большая специфика – это то, что город примыкает к Перми»; «близость краевого центра – это возможность расположения предприятий, которые сегодня выводятся из города»; «местность у нас располагает к туристической. Расположение – недалеко от Перми. То есть пермяки могут к нам ехать».

Кроме того, расположение связано и с наличием водных ресурсов, определением природных особенностей места: «Расположение возле реки создает возможности для туристического развития»; «на берегу стоим. Возле пермской ГРЭС»; «это рекреационная территория. Очень большая территория примыкает к водным объектам. Это и р. Чусовая и р. Кама. Соответственно с притоками. Много мест, где возможно размещение баз отдыха, лагерей и других таких мест, где можно приятно провести время».

Следующий пласт смыслов уникальности города образует экономическая специфика. Она вытекает из наличия в городе Пермской ГРЭС, которая воспринимается как градообразующее предприятие: «Пермская ГРЭС. Это такое крупное, основное предприятие в Добрянке. Хотя фактически руководящие структуры находятся не в Добрянке, а в Москве. Но тем не менее, ГРЭС вносит значительный вклад в экономический потенциал района»; «по сути, Добрянский район может быть признан... вернее Добрянка – моногородом»; «у нас градообразующее предприятие – пермская ГРЭС. Когда-то нам повезло, что здесь было строительство ГРЭС, инфраструктура вся появилась».

В этом контексте объяснимо, почему при выборе уважаемых людей города первое место эксперты отдали Ладугину Вадиму Александровичу (1934–н.в.), заслуженному энергетиком Российской Федерации, почетному гражданину Добрянки и Пермского края: «В первую очередь, это почетный гражданин города Добрянка Пермского края – Вадим Александрович Ладугин. Он самый-самый. Человек, который построил город». В биографии В.А.Ладугина, представленной на сайте города, отмечается, что он являлся директором Пермской ГРЭС с 1976 по 1998 гг. и «за эти годы построены промышленный объект европейского масштаба — Пермская ГРЭС и новый город с хорошо развитой социальной сферой» [13].

Большое значение для осмысления идентичности города имеет позиционирование по отношению к Добрянскому району. Можно говорить о характерном разделении и идентификации по линии нефтяная Полазна и энергетическая Добрянка. «Там нефть, а у нас ГРЭС»; «доходы района формируются из нефтяной и энергетической промышленности».

Образ города ассоциирован с людьми, в числе специфических черт локального характера эксперты отметили амбиции города, доброту жителей и их гордость: «Молодой развивающийся, динамичный город. Гордый. Всего хотим достичь. Амбициозные очень»; «другой город, другой менталитет что ли... Я не знаю... Не боящийся никаких преобразований. Люди у нас».

В целом, для идентификации с городом оказывается характерным высокий уровень идентификации с местом, доминирующий позитивный образ города: «Я в других городах-то не жил особо. Все красиво у нас»; «Уральская Венеция» недаром называют наш город. Мы на воде тут, все омываемся Камой, хорошие возможности развивать туризм. Можно никуда не ездить... красота, красота, красота!».

Помимо этого, городская идентичность Добрянки активно поддерживается и конструируется усилиями местной общественности, местных элит и бизнеса. Это создает возможности для вписывания идентичности места в стратегию развития города.

Добрянка – яркий пример удачного опыта брендинга места. В 2012 г. по инициативе и заказу администрации города московская компания CityBranding приступила к разработке бренда города, который был презентован в июле и получил поддержку как среди местного населения, так и со стороны власти [4]. Он получил название «Добрянка - столица доброты»: «Доброта – первое, что приходит в голову, когда слышишь «Добрянка». А ведь и правда, добрянцев отличает какая-то особенная доброта. Природная, настоящая, душевная - такая, как она есть. Добродушно, добросердечно и добросовестно. Уже четыре века. Добро пожаловать!». Среди наполнений по позиционированию бренда - создание аллеи доброты, внедрение бренда в городскую среду и др. [2]. Одновременно с брендом у Добрянки появился первый в России бренд-менеджер города, с 2014 г. им является 23-летний житель города Иван Свистунов, который любит повторять, что, прежде всего, он добрянец — «житель столицы доброты» [3].

Чердынь - один из древнейших городов Урала, считается старинной столицей Урала, административным, военным и религиозным центром Перми Великой. Город расположен на севере территории Пермского края, где уральская идентичность является наиболее значимой локальной идеей. Так, многочисленные туристические кампании предлагают путешествия в «волшебную жемчужину Урала»: «Первое, что ощущает всякий человек, впервые оказавшийся в бывшей столице всех североуральских земель Перми Великой Чердыни, – необыкновенную древность и загадочность этого города» [1]. Более того, Чердынь стала знаковым местом для горнозаводского Урала, местом, через которое начиналось освоение Сибири. В этом контексте показательна роль Ермака, с именем которого связано «открытие» Сибири. В фильме «Урал – хребет России» А.Иванов и Л.Парфенов называют его «царем и богом уральским». В Чер-

дыни значимые места связаны с его походом, также увековечено его имя: есть гостиница «Ермак – Полюд», родник Ермаков ключ, р. Ермак.

Неудивительно поэтому, что определение специфики Чердыни связано со смысловой категорией «история»: «Давайте начнем с того, что исторически Пермь – Великая Чердынь. История начиналась отсюда». «Старейший русский город на Урале, откуда началось крещение Перми. Его еще называли Краем Веры».

Географический маркер определяет город в контексте Чердынского района и сопоставимых северных территорий: «Это самый север Пермского края. Район очень большой, богатый. В свое время отсюда сплавлялось 10 млн кубов леса. Это вся лесная промышленность. Естественно, что в 1970–1980-х гг. сплав закончился, закончились рейды. Район, конечно, пошел в глубокую депрессию. Потому что промышленности практически никакой нет... Сейчас, конечно, мы бедные. И бедный север, потому что если смотреть сегодня, то предприятий практически нуль».

Экспертами высоко оцениваются туристические возможности развития города: «А само развитие Чердыни я вижу в туризме, потому что есть что показать. Потому что Чердынь богата историческими памятниками, памятниками культуры. У нас есть и природные памятники, и ландшафтные». Однако: «Многие говорят о развитии туризма и т. п., но нет инфраструктуры. Никто не поедет по бездорожью сюда. И строить радужные планы, что мы скоро станем туристической Меккой — это из области фантастики».

Однако история в оценках экспертов сильно мифологизирована. Важное место в локальной идентичности занимают образы исторического романа «Сердце Пармы» А. Иванова, популяризованные ежегодным этноландшафтным фестивалем «Зов Пармы», посвященным истории и культурному наследию Пармы, проводимым с 2010 г. близ с. Камгорт.

Во внешнем позиционировании Чердынь продвигается как самый древний город Урала. Благодаря своим уникальным памятникам архитектуры, город туристически привлекателен. Кроме того, у Чердыни есть свой бренд в формате логотипа, разработанный Пермским центром развития дизайна. Предлагаемая визуальная концепция, на которой построен поиск визуальной идентичности Чердыни, основывается на природно-ландшафтной уникальности и выражена в образе лося. Лось – очень важный для чердынской земли символ. Во-первых, лось – типичный представитель местной лесной фауны, репрезентативное животное для этих мест. Во-вторых, образ матери-лосихи является одним из центральных образов в космогонических представлениях коми-зырян, пермяков, манси, т.е. исконно населявших эту территорию народов. Также - это геральдический символ Чердыни («лось в серебряном поле, показывая через сие, что жители оных занимаются промыслом оных зверей и платили оными дань») [15].

«Столица лесная» - еще один значимый смысл идентичности Чердыни, культивируемый местными поэтами: «Моя милая Чердынь! Столица лесная, перекресток нелегких, но светлых путей, ничего нет дороже, сторонка родная, твоих дум, твоих песен, улыбки твоей», - так звучат слова из гимна города.

Чердынцы гордятся своим наследием, а городские власти поддерживают эту особенность и за счет продвижения туристического потенциала территории. В 2013 г. после нескольких неудачных попыток Чердынь вошла в число победителей конкурса Пермский край – территория культуры с программой «Чердынские клады», главная задача которой состояла в том, чтобы «открыть» Чердынь, дать возможность увидеть ее с помощью новых культурных технологий как жителям, так и туристам. В программу вошло множество событий, связанных с темой истории и археологии, с 400-летием дома Романовых и пр.

Кудымкар – административный и культурный центр Коми-Пермяцкого автономного округа, расположенный на северо-западе Пермского края. Население Кудымкара составляет 30 739 чел. (2015 г.), и чуть больше половины жителей - это коми-пермяки.

Идентичность города главным образом связана с коми-пермяцкой культурой, ее историей, мифологией, эпосом: «У нас интересный край, с уникальной культурой, но о событиях далёкого прошлого мы можем судить только по легендам и преданиям, которых не очень много сохранилось. Однозначно у нас богатая история, но забытая».

На уровне символической политики коми-пермяцкая мифология занимает центральное место. В 2008 г. был построен памятник «Кудым - Ошу», богатырю, сыну вождя и колдуньи, защитнику города, прожившему по преданию 150 лет. Памятник герою коми-пермяцкого эпоса был воздвигнут в рамках реализации программы «Пермский край - территория культуры», где Кудымкар дважды становился победителем и признавался «культурной столицей» (2007 и 2011 гг.). Памятник «Кудым-Ошу» оценивается экспертами как наиболее интересный монумент, построенный за последние 10 лет: «Это наша история. С Кудым-Ошем связано много интересных преданий, сказаний. Это легенда об основании Кудымкара». Вторым по популярности символом города является городище Изьюр («Красная горка», или «Каменная голова»). Знаковым для жителей города является установленный на площадке около краеведческого музея памятник художнику-авангардисту, просветителю П.И. Субботину-Пермяку. Его же персону эксперты ставят на первое место в списке самых уважаемых земляков. Особо почитаем в Кудымкаре писатель, фольклорист В.В. Климов. «Он пишет на нашем, коми-пермяцком языке», «абсолютно заслуженно является Почетным гражданином Коми-Пермяцкого округа», «объездил весь округ, собирал народный фольклор».

Характеризуя образ города, эксперты однозначно подчеркивают его уникальность и выразительность: «Коми-пермяцкий язык, иные черты лица у жителей»; «тихая провинция»; «Кудымкар - маленький, грязненький, но добрый,

домашний, родной. Красивый, зелёный»; «нет промышленности, зато воздух свежий. Жить можно и здесь хорошо, при желании, но возможностей для развития и роста маловато», «я безгранично счастлива, что все детство и юность меня окружали мои прекрасные, талантливые и очень сильные духом коми-пермяки», «мы, коми-пермяки, непотопляемые».

Несмотря на яркую самобытность Коми-округа и разнообразие ее смысловых наполняющих, создание бренда города находится только на начальной стадии. Проект бренда для Кудымкара был подготовлен Пермским центром развития дизайна в 2011 г. в рамках идеи «Кудымкар. Тепло» [14]. Основной акцент дизайнеры-разработчики сувенирной продукции сделали на использовании традиционных коми-пермяцких орнаментов и изделий из войлока. Однако этот проект не нашел своего воплощения в городской среде, «предложенные образы не прижились, не используются властями, люди про них ничего не знают». Сейчас процесс поиска бренда города возобновлен, создана рабочая группа, в которую вошли жители города, культурные деятели, Министерство по делам Коми-Пермяцкого округа [6].

Появление **Лысьвы** (63 558 тыс. чел.) связано с возведением чугунолитейного завода в 1785 г. Развитие города предопределяла идентичность города-завода. Специфика города в большей степени определяется его промышленным прошлым и настоящим: «В XVIII в. город образовался вслед за чугунолитейным заводом. На нем производилось железо, известное во всей России»; «Раньше на заводе проходила вся жизнь. И забастовки, и бунты были. А в годы Великой Отечественной войны выпускали знаменитые каски»; «Сейчас около 20 предприятий»; «Когда говоришь, что из Лысьвы, сразу наши плиты вспоминают».

Особым уважением и почитанием пользуется персона графа Петра Павловича Шувалова, благодаря которому был реконструирован Лысьвенский завод. «Граф даже в Париже наше железо выставлял и получил медаль». Вполне оправдано, что не менее значимым лицом, связанным также с историей завода является Владимир Шухов - «первый инженер Российской империи», труды которого граф Шувалов увидел на выставке и пригласил для строительства мартеновского цеха на своем металлургическом заводе.

Значимым смыслом локальной идентичности выступает герб города – единорог на красном фоне, история которого отсылает к роду Шуваловых. «Единорог символизирует силу, храбрость, чистоту», «единорог был гербом графов Шуваловых». С символом единорога связана, написанная Алексеем Ивановым книга, в рамках реализации программы «культурная столица», «Дорога единорога». «Книга сродни волшебству. Это то, что отличает нас от других городов края и повод для зависти».

Однако в 1990-е гг. с исчезновением доминирующей роли промышленности г. Лысьва оказался в смысловом вакууме [7]. 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 производственной площадке Лысьвенского металлургического завода была создана экскурсионная программа, в городском музее открылась выставка, рассказавшая об уральских городах-заводах, территориях, объединенных именем рода графов Шуваловых. В дополнение производственных смыслов стало развитие бренда каски, путем создания первого в России Музея каски (Лысьвенский металлургический завод был единственным производителем солдатской каски в годы Великой Отечественной войны) [8].

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

Сегодня г. Лысьва пытается обогатить заводские маркеры идентичности за счет развития культуры (развивая Драматический театр, продвигая имя композитора, автора «Крылатых качелей» Е.Крылатова). Связано это с приходом в театр режиссера Анатолия Афанасьевича Савина, имя которого и носит театр. Лысьвенский драматический театр им. Савина начиная с 2004 г. неоднократно принимает фестиваль театров малых городов России, а в 2014 г. спектакль театра был номинирован на «Золотую маску».

Александровск - город, численность населения которого 13 353 чел. (2015 г.), расположен в 185 км к северо-востоку от Перми. Главной отличительной особенностью г. Александровска являются наличие градообразующего предприятия и промышленная сущность. Основное машиностроительное предприятие города – ОАО «Александровский машиностроительный завод». «Сейчас в городе осталось только одно градообразующее предприятие – Александровский машиностроительный завод. На нем трудится около 1 500 чел., завод выпускает оборудование для шахт»; «...завод – это наше градообразующее предприятие, и город живет, существует только за счет этого всего, всегда жил, столько лет ему, 200 лет заводу», - отмечают эксперты. При этом общая социально-экономическая ситуация в городе оценивается как сложная и напряженная. Ощущения депрессивности подкрепляется статистическими показателями и слабыми местами в рейтингах: «социально – экономическая ситуация крайне слабая. Дотационное положение много о чем говорит, т.е., грубо говоря, – это город с протянутой рукой». Характерны и названия местной прессы («Боевой путь», «Рабочая жизнь»).

Благоприятную социально-экономическую обстановку эксперты отметили в Яйвинском городском поселении и сравнивают Александровск с ним. Во многом это объясняется расположением Яйвинской ГРЭС на территории поселения («Для Яйвы это палочка-выручалочка»): «...в Яйве расположено одно из Градообразующих предприятий, ГРЭС Яйвинское, которое сейчас, находится на подъеме. Опять же находится на развязке, которая обеспечит транспортную инфраструктуру, то есть товарная станция будет где-то в районе, люди будут

иметь работу, трудоустройство и пр., пр. Плюс – прогнозируют, что летом может быть где-то вблизи Яйвы разрабатываться один из рудников». Александровское городское поселение уступает Яйве по уровню развития, поскольку сказывается положение дел на градообразующем предприятии.

Идентичность города выстраивается на символе производства. В центр экспертами ставятся официальные символы города: «Кузнечный фартук, молот, ядра как старейшие эмблемы ремесла аллегорически показывают г. Александровск как один из первых городов в России, имеющий чугунолитейный и железоделательный заводы, и показывают характерные отрасли промышленности – металлургическую, машиностроительную, в которой заняты жители города». К указанным особенностям «картины мира» жителя моногорода можно добавить также распространенность среди жителей пессимистического прогноза относительно будущего моногорода («я не вижу здесь будущего»; «он затухает»; «Деградация и стагнация»). Не случайно на протяжении ряда лет отмечается устойчивая динамика снижения численности населения.

* * *

Таким образом, рассмотренные в исследовании случаи показывают, что пространственная идентификация проанализированных сообществ выстраивается в сторону приоритета локальной идентичности, основу которой составляет эмоциональная привязка людей к месту. Отличия связаны со смысловым наполнением приписываемой уникальности места. Важными факторами, актуализирующими локальную идентичность, являются историческое наследие города и экономическая специфика.

В основе локальной идентичности г. Кудымкара лежат коми-пермяцкий язык и культура, история места, именно в этом видятся и ресурсы для дальнейшего развития города. Наследие и история – это основа для решения социально-экономических сложностей г. Чердыни, формирующая положительный дискурс уникальности места и определяющая высокий локальный патриотизм. Ориентированность на промышленное прошлое и настоящее г. Лысьвы, его развитие от «горнозаводской цивилизации» до диверсифицированного производства, формируют локальную идентичность и определяют основные образы и смыслы. В г. Добрянке пространственный компонент и качества характера определяют принадлежность к городскому сообществу. Лишь для г. Александровска оказывается характерным проявление конфликтного начала в акцентировании локальной идентичности, связанное с феноменом моногородской идентичности, сочетающей в себе не только территориальную, но и социальную идентификацию. Зависимость жизни от завода, социально-экономические сложности затрудняют рефлекссию о локальной идентичности, определении образов города и героев места. В целом же, преобладает интеграционная модель связи уровней территориальной идентичности, где на основе локальной идентичности определяется место города на карте Пермского края, и затем «малая Роди-

на» вписывается в национальный контекст. Макрорегиональный уровень (Урала) актуализирован лишь в Чердыни и частично в Лысьве, что обусловлено историческими причинами и ролью этих городов в становлении и развитии «горнозаводской цивилизации».

Такой потенциально конфликтный фактор, как оценка политики идентичности локальных властей, также оказался незначимым в силу слабой выраженности данного политического курса в городах края. Из пяти случаев только в г. Добрянке осуществляется системный брендинг места «столицы доброты» и удастся консолидировать местное сообщество идеями бренда. Случай г. Добрянки показывает, что наличие и слаженные действия творческой интеллигенции, бизнес акторов и местных властей позволяют форматировать идентичность, а брендинг города сплачивать и интегрировать сообщество. В других рассмотренных городах ресурс городского бренда явно недооценен.

Библиографический список

1. Волшебная жемчужина Урала [Электронный ресурс]. URL: <http://cherdyn.permonline.ru/> (дата обращения: 12.08.2015).
2. Добрянка – столица доброты [Электронный ресурс]. URL: <http://kindacapital.com/> (дата обращения: 29.08.2015).
3. Добрянка – столица доброты. Иван Свистунов, член бренд-совета города Добрянка [Электронный ресурс]. URL: <http://regionpr.ru/page673.html> (дата обращения: 14.08.2015).
4. *Дубейковский В.* Краткая презентация бренда «Добрянка – столица доброты» [Электронный ресурс]. URL: <http://citybranding.ru/wp-content/uploads/Dobryanka-stolica-dobroti.pdf> (дата обращения: 19.09.2015).
5. *Каганский В.Л.* Ареальная парадигма пространственной идентичности: основания, пределы, выход за пределы // Вестник Пермского научного центра. 2014. № 5. С. 10–19.
6. Кудымкар выбирает бренд и слоган... [Электронный ресурс]. URL: <http://komi.t7-inform.ru/s/news/20150423142532> (дата обращения: 09.08.2015).
7. *Курбатова Т.В., Сафрошенко О.Н.* Ресурс культуры в развитии города. Опыт реализации и стратегического планирования [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cultmanager.ru/magazine/archive/53/1268/> (дата обращения: 05.07.2015).
8. Лысьва — месторождение культуры [Электронный ресурс]. URL: <http://mk.lysya.ru/program/> (дата обращения: 05.07.2015).
9. *Муфф Ш.* К антагонистической модели демократии // Логос. 2004. №2. С. 194.
10. *Назукина М.В.* Локальная идентичность // Идентичность как категория политической науки: словарь терминов и понятий. М., 2012. С. 140–143.

11. Назукина М.В. Региональная идентичность // Идентичность как категория политической науки: словарь терминов и понятий / отв. ред. И.С. Семенов. М., 2012. С. 143–147.
12. Назукина М.В., Подвицнев О.Б. Российская федерация как система и иерархия идентичностей // Вестник Пермского научного центра. 2013. № 4. С. 45–51.
13. Официальный сайт Добрянского городского поселения. Почетные граждане Добрянского поселения. [Электронный ресурс]. URL: http://dobryanka-city.ru/O_Dobranke/Pochetnyje_grazhdane/ (дата обращения: 14.09.2015).
14. Пермский край: чайники, варезки и... [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sostav.ru/news/2012/07/10/brendbuki/> (дата обращения: 18.08.2015).
15. Полку территориальных брендов прибыло – теперь бренд есть и у города Чердынь [Электронный ресурс]. URL: <http://ifors.ru/neobranding/event/17-aprelya-2012-polku-territorialnyih-brendov-pribyilo-teper-brend-est-i-u-goroda-cherdyin/> (дата обращения: 10.08.2015).
16. Территориальная идентичность на постсоветском пространстве // ЦИРКОН. Пресс-релиз, 15.03.2013. [Электронный ресурс]. URL: http://www.zircon.ru/upload/iblock/222/PR_territorialnaja_identichnost_na_PSP_15-03-13.pdf (дата обращения: 18.12.2014).

THE LOCAL LEVEL IN THE MATRIX OF TERRITORIAL IDENTITY OF THE PERM REGION'S RESIDENTS

M. V. Nazukina

Candidate of Political Sciences, Researcher, Department of Studying Political Institutions and Processes, Perm Scientific Center of the Ural Division of the Russian Academy of Sciences; Senior Lecturer, Department of Political Science, Perm State University

R. I. Petrova

Master in Political Science, Senior Research Assistant, Department of Studying Political Institutions and Processes, Perm Scientific Center of the Ural Division of the Russian Academy of Sciences; Assistant, Department of Political Science, Perm State University

The article analyzes the features of actualization of local identity in the Perm region. The following indicators are proposed for the local identity analysis: self-identification with the territory; clear identification of the town's specificity in the context of other towns; comprehension of the territory's special status in the regional space; prominent local patriotism; presence of a local brand or a vector of positioning the town; low migration balance and high level of satisfaction with the local authorities and quality of life. Based on these indicators, core characteristics of the local identity for Dobryanka, Cherdyn, Alexandrovsk, Kudymkar, Lysva are defined.

Keywords: local identity; symbolic politics; brand; social well-being; conflict of identity; town; Perm region.

References:

1. Dobryanka: the capital of kindness. Available at: <http://kindacapital.com/> (accessed 08.29.2015). (In Rus.).
2. Dobryanka: the capital of kindness. Ivan Svistunov, a member of Dobryanka's brand council. Available at: <http://regionpr.ru/page673.html> (accessed 08.14.2015). (In Rus.).
3. *Dubeikovskii B.* Brief presentation of the brand "Dobryanka: the capital of kindness". Available at: <http://citybranding.ru/wp-content/uploads/Dobryanka-stolica-dobroti.pdf> (accessed 09.19.2015). (In Rus.).
4. *Kaganskii V.L.* Areal paradigm of spatial identity: fundamentals, limits, going beyond // Bulletin of Perm Scientific Center. 2014. № 5. P. 10–19. (In Rus.).
5. Kudymkar selects its brand and slogan ... Available at: <http://komi.t7-inform.ru/s/news/20150423142532> (accessed 08.09.2015). (In Rus.).
6. *Kurbatova T.V., Safroshenko O.N.* Cultural resources in the city's development. Experience of implementation and strategic planning. Available at: <http://www.cultmanager.ru/magazine/archive/53/1268/> (accessed 05.07.2015). (In Rus.).
7. Lysva as birth place of culture. Available at: <http://mk.lysya.ru/program/> (accessed 05.07.2015). (In Rus.).
8. *Muff Sh.* On the antagonistic model of democracy // Logos. 2004. №2. P. 194. (In Rus.).
9. *Nazukina M.V.* Local identity // Identity as a category of political science: a glossary of terms and concepts. P. 140–143. (In Rus.).
10. *Nazukina M.V.* Regional identity // Identity as a category of political science: a glossary of terms and concepts / ed. by I.S. Semenenko. M., 2012. P. 143–147. (In Rus.).
11. *Nazukina M.V., Podvintzev O.B.* The Russian Federation as a system and ierarchy of identities // Bulletin of Perm Scientific Center. 2013. № 4. P. 45–51. (In Rus.).
12. Now Cherdyn also have a brand. Available at: <http://ifors.ru/neobranding/event/17-aprelya-2012-polku-territorialnyih-brendov-pribyilo-teper-brend-est-i-u-goroda-cherdyin/> (accessed 08.10.2015). (In Rus.).
13. Territorial identity in the post-Soviet space. Press release, 15.03.2013. Available at: http://www.zircon.ru/upload/iblock/222/PR_territorialnaja_identichnost_na_PSP_15-03-13.pdf (accessed: 12.18.2014). (In Rus.).
14. The Magic Pearl of the Urals. Available at: <http://cherdyn.permonline.ru/> (accessed 08.12.2015). (In Rus.).
15. The official website of the Dobryanka town. Honorary Residents of Dobryanka. Available at: http://dobryanka-city.ru/O_Dobranke/Pochetnyje_grazhdane/ (accessed 09.14.2015). (In Rus.).
16. The Perm region: kettles, mittens and ... Available at: <http://www.sostav.ru/news/2012/07/10/brendbuki/> (accessed 08.18.2015). (In Rus.).