

Е. В. Тиханова

Россия, Москва

Динамика границ региона как основа конструирования идентичности малого города

В статье рассматривается феномен идентичности Салехарда – административного центра ресурсного региона на крайнем севере Западной Сибири – Ямало-Ненецкого автономного округа. Цель статьи – выявить константы идентичности города через анализ исторической динамики границ и административной принадлежности региона в XX в.

Ключевые слова: брендинг региона, малый город, территориальная идентичность, границы.

Почему в России не работают механизмы брендинга территорий и мест? На чем должен базироваться эффективный бренд города? Эти вопросы все чаще выходят на поверхность социально-политических дискуссий. С одной стороны, бренд – нематериальный актив, его эффективность сложно оценивать. С другой, именно он позволяет, по мнению экспертов, переводить экономику города в состояние устойчивого роста. Каким образом? Через осознание (идентификацию) населением города собственного высокого экономического и политического статуса!

Сегодня мы наблюдаем последствия упадка малых и средних городов России, обусловленные негативными процессами трансформационного перехода страны от сырьевой к постиндустриальной и глобальной экономике. Большинство малых городов России представляют собой «черные дыры», а не пространство для капитализации. Но нынешнее состояние России, при котором страна пустеет и все собираются в Москву, нельзя считать нормальным. Надо делать всё, чтобы развернуть поток в противоположную сторону за счет создания благоприятного налогообложения, иного уровня цен на жилье и продукты питания при их более высоком качестве, эффективной транспортной связи, экологических преимуществ, благоприятной социальной атмосферы [1]. Именно поэтому управление региональной идентификацией посредством создания брендов малых городов становится стратегической задачей.

В данной статье рассматривается феномен идентичности Салехарда – административного центра ресурсного региона на крайнем севере Западной Сибири – Ямало-Ненецкого автономного округа. Цель статьи – выявить константы идентичности малого города через анализ исторической динамики границ и административной принадлежности региона в XX веке.

Акцент на население

Еще 5–6 лет назад задачей № 1 регионального брендинга обозначалось развитие бизнеса и привлечение в регионы инвестиций. С этим связывалось повышение жизни населения, новые рабочие места, налоговые отчисления в местные бюджеты [6, с. 87]. Этот подход рассматривал основной аудиторией бренда инвесторов и отражал позицию его разработки «сверху», преследуя интересы администраций по привлечению финансов в экономически неустойчивые регионы.

Что же мы видим сегодня? Основной задачей геобрендинга становится вовлечение населения в данный процесс. Иными словами, основная целевая аудитория бренда – это население, проживающее в регионе и городе, и посредством именно этой аудитории подключаются две следующие: инвесторы и туристы. В обществе, бизнес-среде рождаются идеи развития внутригородского туризма, разработки брендов улиц, районов, парков, рынков, что позволяет менять акценты в пространстве и инфраструктуре городов [5]. Раздаются призывы активизировать процесс брендинга городов «снизу». Тренд нарастания общественной активности в этом вопросе очевиден: провластный подход не дал успешных примеров за последние 10 лет. Многие специалисты считают, что успешный бренд территории может закрыть глаза на плохое, отвлечь, сделать разрядку в обществе, но только если он будет основан на идентичности, которая существует «не в ларце в сейфе кабинета мэра, а в голове абсолютно у каждого жителя города» [3].

Все чаще идентичность понимается как идея, объединяющая жителей и служащая основой для общения города с внешним миром. Исследование городской идентичности в виде некоего набора ценностей населения становится ключевым этапом в разработке платформы, единого стратегического дизайна и коммуникации бренда.

Территориальная идентичность – социальный феномен

Каждый человек имеет образ «Я», с помощью которого сравнивает, различает и отождествляет себя членом определенной «территориальной» группы. Если рассматривать идентичность с точки зрения «Я-концепции», то она выступает в форме самопрезентации, в которой человек оценивает качества собственной территории, ее значимость в мировой и локальной системе координат и свое положение по отношению к внешнему миру.

Территориальная идентификация имеет сложную структуру и иерархию: человек может отождествлять себя по политическим, этническим, национальным, региональным и локальным параметрам. При этом делает он

это в определенных культурных и политико-административных границах (например, я – москвич, я – сибиряк, я – славянин, я – мусульманин).

Немецкий политолог А. Нойманн отмечает, что «идентичность – это не данность, а отношение, постоянно формируемое и реформируемое в рамках определенного дискурса» [8, с. 349]. Сегодня в общественных науках под территориальной идентичностью понимаются изменяющиеся и динамичные явления, нежели зафиксированные неизменные пространства с четкими границами [4].

Для региональной идентификации принципиально важным понятием является представление о территориальных связях, возникающих на основе совместного или соседского проживания членов социальных групп различного масштаба и различной культуры. Здесь возникает проблема границ территории, к которой индивид чувствует причастность. Роль административной границы (и «помощи» государства) в российском пространстве с его слабой способностью к самоорганизации очень значительна [7, с. 113]. Устойчивость, историческая зрелость, длительность существования границ региона – важнейший параметр его идентичности. Историческая динамика изменения границ региона является эффективным инструментом конструирования идентичности его городов.

Салехард – «коммуникатор» ямальских тундр в XVII – начале XX вв.

Будущий город (до 1933 г. – село Обдорское) являлся одним из северных административных центров обширной Тобольской губернии, управлявшим родоплеменными территориями аборигенного населения. Вплоть до 30-х гг. XX в. эти территории обозначались властями как Тобольский Север (подчеркивалась традиционная административная связь с губернским центром) или Обский Север (выделялись экономико-географические признаки идентичности). Вместе с тем, регион идентифицировался населением ямальских тундр как Обдорский Север, поскольку на протяжении трех веков именно через Салехард (Обдорск) оно осуществляло связь с внешним миром.

Салехард – политический центр объединения полярных территорий (1920–1930-е гг.)

После революции 1917 г. и с завершением Гражданской войны переход от системы туземной администрации к автономии советского типа для Салехарда проходил сложно и неоднозначно. Сначала в 1919–1920 гг. для укрепления политических позиций новой власти Салехард как центр Обского Севера был подчинен вновь образованной Тюменской губернии. Затем, в 1922 г., с переходом к НЭПу и началом экономического районирования страны,

Салехард был инициатором и активным участником дискуссий и смелых проектов по реорганизации Обского Севера, таких как:

- создание Полярной Федерации – автономной республики народностей Севера (ханты, манси, ненцев);
- образование Мангазейско-Туруханской автономии на территории между Полярным Уралом и Енисеем;
- выделение районов проживания обдорских аборигенов в закрытые, оберегаемые территории наподобие резерваций индейских племен в Канаде и США (предложение ученых В. К. Арсеньева и В. Г. Богораза).

Эти инициативы были категорически отвергнуты центральной властью.

В 1921–1923 гг. по проекту Госплана Салехард предполагалось переподчинить Омску и Западно-Сибирской (Обской) области. Однако осенью 1923 г. из политических соображений Ямальские территории были переданы в Уральскую область с центром в Екатеринбурге. Традиционные «широтные» экономические связи Полярного региона при этом не учитывались. С этого времени и до середины 1930-х гг. Салехард был одним из центров Уральского Севера.

В 1925–1926 гг. при поддержке Комитета Севера Салехард отстаивал создание здесь советской системы управления и самоуправления, отвечающей условиям быта, традициям местных народов в виде родовых советов хантов и ненцев. Эта инициатива также была свернута к 1930 г., поскольку традиционная социальная структура населения региона оставалась неизменной.

В 1928–1931 гг. нарождающаяся полярная идентичность Салехарда вновь вышла «на поверхность» в проектах экономической реорганизации Обского Севера по принципу широтного циркумполярного объединения аборигенных территорий в целях сохранения уникального традиционного северного хозяйства. Салехард мыслился в этих проектах как один из центров единого Северного Обского Туземного округа включавшего весь Тобольский и приполярные части Томского Севера в составе Западно-Сибирского края. Кроме того, Салехард рисковал потерять часть традиционно коммуницирующих через него полярных территорий за счет их передачи в Восточно-Сибирский край и Ненецкий национальный округ Северного края и автономной области Коми [2]. Но логика Центра была иной...

В целях ленинско-сталинской национальной политики по подъему на социалистических началах экономики народов Крайнего Севера в 1930–1932 гг. территория Обского Севера была разделена на Ямальский (Ненецкий) и Остяко-Вогульский национальные округа Уральской области. С ее ликвидацией в 1934 г. начались всевозможные территориальные «перекройки», «прирезки» и

«урезки». Салехард как центр Ямальского округа был подчинен сначала Обь-Иртышской, затем – Омской, а в 1944 г. – образованной Тюменской области.

В период «утряски» административных границ 1930-х гг. сохранялись тобольская, обская, обдорская идентичности региона. Центр своей политикой по механической передаче региона из одной области в другую блокировал процесс формирования полярной (арктической) идентичности города.

По сути, Салехард стал центром второстепенной административной единицы, подчиненной областным и союзным властным структурам и плотно опекаемой партийными комитетами.

Салехард – центр великих северных строек и нефтегазового освоения Ямала (1944–1980-е гг.)

С конца 1930-х гг. активно формировалась ямальская идентичность региона и его центра. Ее обдорский пласт интенсивно размывался за счет привлечения рабочей силы заключенных ГУЛАГа («501 стройка») и переселенцев из различных районов СССР на нефтегазовое освоение. На этот процесс значительно влияли деградация и упадок традиционного хозяйства коренных народностей Севера. Сам город, как административный центр стратегического региона, находился под жестким контролем областных структур и союзных ведомств. Обдоряне, обдорские инородцы, обдорские жители к концу 1940-х гг. стали обозначать себя ямальцами.

С середины 1980-х гг. процессы демократизации в стране вывели на поверхность проблемы национального развития народов Севера в районах интенсивного промышленного освоения. В Салехарде с 1990 г. общественная организация «Ямал – потомкам» активно включилась в политическую дискуссию о национально-культурной автономизации в границах своего округа. Вновь обнажились процессы полярной идентификации региона, остановленные в 1930-е гг.

Салехард на пути к новой идентичности (1990–2000-е гг.)

Осенью 1990 г. в Салехарде было декларировано образование Ямало-Ненецкой республики (в границах округа) в виде самоопределения коренных народов Севера, которая должна была развиваться по примеру Кувейта во главе с представителем ненецкого народа. Этот конфликт между Центром и регионом, не имевшим влияния на нефтегазовый комплекс, завершился включением округа в состав полноправных субъектов РФ в составе Тюменской области с расширением полномочий окружных властей. До середины 2000-х гг. Салехарду удавалось сохранять относительно независимый статус и препятствовать федеральным инициативам по механическому объединению

Ямала в составе Тюменской области. Однако к концу 2000-х гг. Центр поставил округ под контроль ресурсов «Газпрома» в целях организации эффективного обслуживания системы сырьевого бизнеса в ущерб независимым производителям нефти и газа. Салехард лишь формально сохранил свой политико-административный статус как знак и символ «свободы», но все альтернативы развития ситуации в регионе перешли к федеральному центру.

Развитие идентичности города сегодня находится под контролем информационных ресурсов монопольной нефтегазовой корпорации. Создание бренда города позволит стратегически управлять этим процессом, изменить пассивные поведенческие установки населения и развивать «неуглеводородные» направления бизнеса, в том числе, туризм. Главным условием успеха брендинга Салехарда является глубинное исследование эмоций и чувств жителей в опоре на три исторических пласта идентичности: обдорский (наиболее устойчивый во времени), полярный (политически сильный и заглушаемый федеральной властью), ямальский (нефтегазовый). Без учета этих констант город не сможет стать обладателем полноценного бренда. Он будет скрыт под зонтиком мощного бренда «Газпрома».

Литература:

1. Боков А. Малый город как основа «Большой России» [Электронный ресурс]. URL: http://www.ard-center.ru/home/publ/TS_5-2012/town
2. ГАРФ. Ф. 3977. Оп. 1. Д. 701. Л. 68–69.
3. Дубейковский В. Брендинг городов. Настоящее и будущее. Итоги 2012 года. Ч. 2 [Электронный ресурс]. URL: <http://citybranding.ru/brending-gorodov-nastoyashhee-i-budushhee-itogi-2012-goda-chast2/>
4. Межевич Н. М. Основные направления региональной политики Российской Федерации. Механизмы региональной политики. СПб. Ч. 2 [Электронный ресурс]. URL: http://dvo.sut.ru/libr/history/i_299mez2/2.htm
5. Полищук О. Имидж Москвы – сейчас и завтра [Электронный ресурс]. URL: <http://www.the-village.ru/village/situation/strelka-dinners/111061-uzhin-brend>
6. Рожков И. Я., Кисмерешкин В. Г. Бренды и имиджи. М., 2006. 255 с.
7. Смирнягин Л. В. Территориальная морфология российского общества как отражение регионального чувства в русской культуре // Региональное самосознание как фактор формирования политической культуры в России. М.: МОНФ, 1999.
8. Neumann I. B. Russia as Central Europe's Constituting Other // East European Politics and Societies. 1993. Vol. 7. N 2.30.