УДК 323 + 323.174

СТАНОВЛЕНИЕ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЧЕЛЯБИНСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРОБЛЕМА ПЕРИОДИЗАЦИИ*

Щербаков Алексей Юрьевич,
Институт философии и права
Уральского отделения
Российской академии наук,
младший научный сотрудник,
г. Екатеринбург, Россия.
E-mail: alll_rubicon@mail.ru

Аннотация
Данная статья посвящена рассмотрению особенностей развития региональной идентичности в Челябинской области на современном этапе. Анализируются действия региональных элит: по обеспечению собственной легитимности; по созданию символов и образов территории. Определяются факторы, оказывающие влияние на формирование потребностей населения области в самоидентификации. Выделяются периоды формирования региональной идентичности.

Ключевые понятия:
региональная идентичность,
Челябинская область,
официальная символика,
символы территории,
губернатор.

Методологические проблемы исследования региональной идентичности постоянно становятся объектом внимания научного сообщества [16, 21 и др.]. Применительно к отечественным реалиям при исследовании идентичности по материалам отдельных регионов (субъектов) России фиксируется множество разнообразных подходов. Это в большей мере обусловлено тем, что каждый регион обладает своим уникальным набором атрибутов, а также различными сферами научных интересов непосредственно исследователей. Несмотря на множество существующих отличий в подходах, трансформация политической жизни регионов, осуществляемая федеральным центром на протяжении всего современного периода, определяет смену периодов развития региональных идентичностей, а также влияет на ряд иных системных факторов, оказывающих влияние на динамику идентификационных процессов, которые в данном исследовании будут рассмотрены на примере Челябинской области.

События, связанные с распадом СССР, характеризуются одновременным появлением как межгосударственных границ, так и актуализацией административных границ внутри нового Российского государства. И эти внутренние границы мгновенно перестали быть некоторой управленческой формальностью, но стали отчётливо наблюдаемой политической реальностью. Административные границы разделили население страны на жителей существенно отличающихся друг от друга регионов. Отличия обнаружились сразу же и в различных сферах: правовом статусе субъектов, экономическом потенциале регионов, наличии ресурсной и производственной базы, уровне жизни и т.д. Наглядным примером экономической и политической значимости возникших межрегиональных границ является тот факт, что в начале 90-х годов среди региональных властей была распространена практика принятия локальных решений об ограничении (запрете) вывоза товаров с территории субъекта. Впоследствии для преодоления таких решений в Конституции РФ была предусмотрена статья 74, запрещающая установление каких-либо региональных препятствий к перемещению товаров, отнеся такие полномочия исключительно к ведению федеральных властей [9].

Одновременно с этим региональные политические элиты прикладывали значительные усилия для увеличения числа этих отличий через формулирование новых ат-

*Статья подготовлена при поддержке научного проекта 13-06-96004 "Глобальный потенциал региональной идентичности".

рибутов уникальности своих регионов, в том числе через создание новой официальной символики, которую современные исследователи справедливо относят к проявлениям идентичности [11, с. 7; 19, с. 116; 17, с. 21], и в первую очередь к её политической составляющей. Актуальность создания новых официальных символов для региональных властей была продиктована рядом следующих причин:

во-первых, на территории бывшего РСФСР сформировалось новое государство с иным политическим режимом и формой государственного устройства;

во-вторых, провозглашение демократических ценностей, а также федеративное устройство образовавшегося государства, требовали от региональных элит обеспечить легитимацию своего статуса посредством демократических процедур и её соответствующего символического закрепления;

в-третьих, процессы легитимации новой политической элиты, которые происходили на фоне непрекращающейся критики и демонстративного отречения от ценностей распавшейся советской империи, не могли поддерживаться старыми отвергаемыми символами.

Необходимо отдельно выделить то обстоятельство, что становление нового Российского государства происходило на фоне всплеска национального (этнического) самосознания и последовавшего за ним так называемого «парада суверенитетов». Данный факт позволяет предположить, что создание собственных символов государственности для отдельных регионов в составе нового государства приобретает первостепенное значение, целями которого в равной степени являются обеспечение необходимого уровня легитимности политического руководства территории и закрепление правового статуса субъекта (республики) по отношению к федеральному центру.

Таким образом, являясь одним из наиболее эффективных инструментов для обозначения собственной уникальности среди де-юре равных между собой регионов, официальная символика в первую очередь была востребована в регионах, для которых формирование территориальной общности населения осуществлялось на базе явно выраженных региональных уникальностей. Такими регионами стали территории с ярко выраженными этническими особенностями, стремящиеся символически оформить полученный от федерации суверенитет.

Не случайно в период 1991–1994 годов все национальные республики, входившие в состав Российской Федерации, на уровне региональных нормативных актов закрепили первые символы своей государственности – флаги. Исключение составила только Мордовия, узаконившая свой флаг годом позже (1995).

Выражение отличий и уникальности своих территорий в официальных символах (гербах, флагах, гимнах) являлось актуальным и для отдельных субъектов Федерации с преобладающим русским населением. Например, для Тюменской области из-за неразрешённых вопросов о статусе входящих в её состав автономных округов или для Свердловской области, в 1993 году заявившей свои претензии на равные с национальными республиками полномочия и нуждавшейся в символическом закреплении этого равноправия и т.д. Но всё же для большинства российских регионов, по мнению исследователей, в частности Р. Туровского, Ю. Росича, процесс установления официальной символики проходил долго и сопровождался различными трудностями [20; 15].

Одним из таких регионов стала Челябинская область. Как и во всех других регионах страны, являясь одним из ключевых официальных символов региона, герб Челябинской области закономерно нуждался в существенном обновлении (изменении) и приведении в соответствие с новыми политически реалиями или возможно представлениями региональных властей об этих реалиях. Вместе с тем чиновники Челябинской области дольше всех соседних регионов, также входящих в состав Уральского федерального округа, создавали свои официальные символы.

Рассматривая события, предшествующие появлению региональной символики в Челябинской области, можно предположить, что региональная идентичность, как инструмент эффективной межрегиональной конкуренции за внешние ресурсы, а также повышения уровня собственной легитимности принимающими решения акторами не рассматривалась. Об этом явно свидетельствует тот факт, что работа по созданию нового герба региона была завершена только через 6 лет после её начала. За это время было проведено четыре конкурса по разработке символов региона. Но и сегодня, спустя почти 19 лет, общественная дискуссия о региональном символе – гербе Челябинской области – не прекращается.

Впервые этот вопрос встал ещё в 1995 году, когда была создана рабочая группа по разработке проекта закона «Об

официальных символах Челябинской области».

На первый тур конкурса в 1996 году было представлено 74 проекта областного герба, но из-за невысокого профессионального уровня работ конкурсантов ни один из представленных проектов жюри конкурса отобран не был. Аналогичным результатом закончился и второй тур конкурса, проведённый в 1998 году.

В декабре 1999 года на третьем этапе конкурса членам жюри удалось определиться с победителем. Победившим проектом стал предложенный Вячеславом Старцевым проект герба с изображением золотого крылатого льва с головой гончего пса (семаргла), держащего за клинок меч острием вниз, щит герба увенчан золотой российской земельной короной с двумя золотыми соболями (щитодержателями), стоящими на скалах, поверх которых положена лента ордена Ленина. Данный проект получил не только практически единогласное одобрение со стороны конкурсного жюри, но и в целом положительное заключение экспертизы Геральдического совета при Президенте Российской Федерации [18].

Вместе с этим победивший проект вызвал оживлённую дискуссию в СМИ региона. Наиболее ярым противником семаргла в региональной символике стал Владимир Богдановский, являвшийся директором творческого объединения «Каменный пояс» и членом жюри по созданию официальных символов Челябинской области. В числе основных аргументов против герба В. Старцева им приводились такие:

во-первых, несоответствие символа крылатой собаки («закавказского символа быстрого завоевания») традиционному населению Челябинской области – «ремесленникам» и крестьянам;

во-вторых, указывалось на необходимость соблюдения правил геральдики: «Исполнительную власть Челябинской области возглавляет губернатор. Значит, у нас должен быть губернский герб. По правилам геральдики П.П. Винклера щит герба губернского города, обрамлённый дубовыми ветвями, соединёнными Андреевской лентой, водружённой над щитом имперской короной, – это и есть губернский герб»[5];

в-третьих, В. Богдановский акцентировал внимание челябинской общественности на том обстоятельстве, что победивший в конкурсе проект содержит элементы герба соседней Свердловской области (соболей), тем самым подразумевается подчинение одного региона другому. Усугубляет ситуацию, по его мнению, и то обстоятельство, что сам разработчик проекта В. Старцев и научный консультант жюри В. Кондюрин являются жителями Екатеринбурга.

Поддержку позиции В. Богдановского негласно демонстрировал и региональный лидер: «Губернатор, например, за неимением «своей» гербовой бумаги «пишет» на бланках, украшенных верблюдом – символом города Челябинска. Правда, у города этот герб венчает крепостной венец, а на бумагах губернатора – царская корона» [6].

Вследствие серии критических публикаций, инициированных противниками проекта, победившего на конкурсе, герб с семарглом в Челябинской области остался не востребован.

После ещё одного неудачного конкурса по созданию регионального символа, в декабре 2001 года, областное Законодательное Собрание уже без конкурса утверждает конечный его вариант, разработанный в федеральном центре специалистами из Союза геральдистов России. В результате многолетней работы и широкого общественного дискурса в качестве символа, отражающего историю, традиции, самобытность всех жителей Челябинской области, был назначен «навьюченный серебряный двугорбый верблюд с золотой поклажей – выносливое и благородное животное, внушающее почтение и аллегорически показывающее мудрость, долголетие, память, верность, терпение» [13].

Явный отказ региональных властей от самостоятельного определения официального символа, а также от осуществления иных действий по формированию региональной идентичности может объясняться рядом причин.

Во-первых, в ходе рассматриваемого периода регионы еще не были поражены в правах в части распределения налоговых и иных доходов бюджета. Вплоть до 2001 года, до момента принятия федеральным центром программы развития бюджетного федерализма, существовавший промышленный и соответственно экономический потенциал Челябинской области позволял региональным властям формировать бюджет в объёме, достаточном для того, чтобы обеспечивать выполнение своих функций. Элиминация необходимости участия губернатора в межрегиональных конкуренциях за привлечение дополнительных ресурсов из федерального центра соответственно избавляла его от и потребности в создании и продвижении уникальных свойств региона во внешнюю среду, в том числе его официальных символов.

Во-вторых, Челябинская область, как и большинство других регионов с преобла-

дающим этнически русским населением, не обладала какой-либо ярко выраженной уникальностью, укоренённой в сознании большинства её населения, на основе которой можно было создавать новую идентичность, альтернативную сохраняющейся советской.

В-третьих, вне зависимости от смены формы политического устройства государства, его административно-политической регионализации население Челябинской области на протяжении более десяти лет после распада СССР остаётся носителем левой идеологии, проявляя определённый консерватизм, который традиционно характерен для аграрных регионов [19].

Устойчивость коммунистической идентичности среди жителей региона отчётливо демонстрируют события 1993 и 1996 годов. В марте 1993 года Совет народных депутатов Челябинской области принимает решение о проведении выборов руководителя области. Несмотря на то, что областным судом это решение было признано незаконным, выборы состоялись. Действующий глава региона В.П. Соловьев от участия в выборах отказывается, ссылаясь на их незаконность.

25 апреля во втором туре на выборах побеждает П.И. Сумин. Но победивший кандидат не может приступить к выполнению своих обязанностей даже после того, как результаты голосования были признаны законными в Конституционном суде РФ. Основная причина заключается в том, что П.И. Сумина отказывается поддерживать федеральный центр. Более того, в октябре того же года президент издает указ, сохраняющий за В.П. Соловьёвым полномочия губернатора Челябинской области, тем самым лишая П.И. Сумина должности избранного главы региона. В качестве оснований прошедшей отставки фигурируют версии того, что в событиях Августовского путча 1991 года он (П.И. Сумин) занял выжидательную позицию, а не поддержал призыв Б.Н. Ельцина. В.П. Соловьёв же наоборот «сразу же осудил действия гэкачепистов, выступил с соответствующим телеобращением к жителям области, поддержал указы Ельцина» [4].

На выборах губернатора Челябинской области, прошедших в 1996 году, П.И. Сумин выступает в качестве основного оппонента действующему главе В.П. Соловьёву [10, с. 69] и одерживает победу в первом туре.

Таким образом, можно констатировать, что демократические ценности, которые ассоциировались с действующим губернатором даже через продолжительный промежуток времени, не получили широкого распространения среди населения региона. Следовательно, для П.И. Сумина эксплуатация образов и ценностей распавшегося государства выступала вполне эффективным способом, чтобы поддерживать высокий уровень собственной легитимности. Это же обстоятельство может служить вполне адекватным объяснением того, что в период с 1996 по 2010 год региональные власти не предпринимали попыток сформулировать какие-либо новые уникальные символы территории, в том числе официальную символику.

К середине 2000-х результаты политики асимметричного развития регионов, проводимой федеральным центром, становятся ощутимыми и заметными для рядовых жителей территорий.

Данный период характеризуется снижением объёмов инвестиций, выделяемых федеральным центром большинству российских регионов, в том числе и Челябинской области. Регион получает инвестиции неравномерно, их размер уступает не только двум столичным агломерациям (Москве и Санкт-Петербургу) и нефтегазодобывающим регионам, но и соседней Свердловской области. За период 1999–2006 годов они выросли в Челябинской области в 1,8 раза (в сопоставимых ценах), в Свердловской области – в 2,9 раза, в среднем по России рост составил 2,1 раза.

Экономический кризис 2008 года показывает, что из потенциально перспективного региона Челябинская область становится регионом с моно-экономикой, состоящей из останавливающихся предприятий ВПК и металлургических производств, полностью зависимых от государственного оборонного заказа или мировой конъюнктуры цен на свою продукцию.

Ощутимее становятся различия в экономическом развитии Челябинской области с соседней, во многом схожей по степени урбанизации и концентрации промышленного производства, Свердловской областью. Где в отличие от своего соседа с начала 90-х, сразу после распада СССР, региональной элитой активно формируются и эксплуатируются образы региональной идентичности, которая трактуется как уральская [8]. Благодаря усилиям Э. Росселя Свердловская область становится не просто заметна, она очень хорошо видна из Москвы, начиная с 1993 года, когда возникла «уральская республика», претендовавшая на равные права с национальными регионами. Четко обозначенная и по сути монополизированная «уральскость» свердловчан позволяет им постоянно находиться

в фокусе внимания федерального центра: Международная выставка вооружений, Российский экономический форум, встречи глав государств России, Германии, Франции 1998 г. (не состоялась), России, Германии 2003 г., саммит ШОС и БРИК 2008, выставка ИННОПРОМ, мундиаль 2018, заявка на ЭКСПО 2020 и т.д.

К сожалению, этого же нельзя сказать о Челябинской области. В условиях постоянной зависимости от ресурсов, непосредственно распределяемых федеральным центром, регион оказывается не готов конкурировать за них на равных с другими субъектами Федерации. За время существования в постсоветском периоде региональными властями не были сформулированы уникальные особенности, которые при этом отчётливо бы фиксировались большинством жителей области. На фоне множества российских территорий регион выглядит не лучше и не хуже остальных, а прошедшие изменения в перераспределении бюджетных доходов с федеральным центром вынуждали его сливаться с провинциальным ландшафтом Российской Федерации, теряться среди множества. По сути, за более чем 15 лет (1991–2008) Челябинская область не приобрела и не сформулировала то, что можно предъявить, продемонстрировать федеральному центру. Не способствовала этому и существующая общефедеральная информационная повестка, благодаря которой образ Челябинской области формировался, как образ территории «непрекращающегося военного эксперимента», источника глобальных потрясений, экологических и прочих катастроф: Кыштымская авария («Маяк», Теча, Муслюмово), Карабаш, солдат Сычёв, посёлок Роза, утечка брома в Челябинске, Чебаркульский полигон, «Торнадо», падение бомбардировщика СУ-24, метеорит и т.д. Даже относительно положительные знаковые международные события вроде антитеррористических учений Шанхайской организации сотрудничества «Мирная миссия – 2007», прошедшие в августе 2007 года, только усиливают этот образ, тем самым ещё больше снижая уверенность федерального центра в необходимости выделения каких-либо бюджетных средств на развитие региона сверх распределяемых лимитов.

В 2004 году после принятия федеральными властями решения об отмене прямых выборов глав регионов в политической жизни Челябинской области происходят существенные изменения. Губернатору, чтобы сохранить своё положение в качестве регионального главы, приходится сменить систему своих политических убеждений. В октябре 2004 года П. Сумин отказывается от традиционной поддержки со стороны КПРФ и становится членом РПП «Единая Россия». Изменения в политическом позиционировании основного регионального актора закономерно влекут за собой смену транслируемых им во внутреннюю среду региона символов и ценностей. На смену остаткам идентичности советского периода приходит некая идеологическая пустота, которую региональные власти пытаются, аналогично федеральному центру, заполнить героико-патриотической риторикой из предыдущего исторического этапа развития Российского государства, что вполне соотносится с ранними коммунистическими установками губернатора. Во всяком случае им не противоречат.

В качестве объектов символического закрепления такой риторики в архитектуре «губернского города» появляются памятники и монументы воинской славы, такие как:

– в 2004 году на Аллее Славы открыт памятник «Доблестным сынам Отечества»;

– в 2005 году открыт монумент «Поклон тебе, сестричка»;

– в 2009 году в сквере на шоссе Металлургов открыт памятник «Солдатам необъявленной войны».

Вне зависимости от действий политического руководства субъекта начавшееся асимметричное развитие регионов, рефлексируемое непосредственно населением, оказало стимулирующее воздействие на формирование социального запроса среди жителей Челябинской области на создание (изобретение) конкурентных преимуществ, которые позволили бы привлечь внешние ресурсы для повышения уровня жизни. Аналогию можно провести с феноменом, который фиксируют исследователи А.А. Анисимова и О.Г. Ечевская, отмечая, что региональная идентичность «сибиряк» – это обращение к «центру», сообщение, которое передают «простые люди», пытаясь обратить внимание центра на нужды и проблемы жителей Сибирского региона [1].

Предпосылки к возникновению осознанной потребности в обладании уникальными свойствами появляются в 2003 году, когда в Челябинске создается архитектурный объект – галерея скульптур на пешеходной зоне улицы Кирова. Несмотря на то, что множество представленных там фигур («Модница», «Щёголь на скамейке», «Профессиональный нищий», «Извозчик»

и «Чёрный тюльпан» (Розенбаум), «Художник у зеркального мольберта», «Саксофонист» и т.д.), используя определения В. Богдановского, отстаивающего схожие позиции с позициями областных властей по отношению к символам региона, не соответствуют традиционному населению Челябинской области – «ремесленникам» и крестьянам, обновлённая пешеходная зона гармонично влилась в повседневную жизнь горожан и жителей области.

При этом создание данного объекта нельзя отнести к целенаправленной деятельности муниципальных властей по формированию элементов идентичности. Подтверждением такому выводу может служить ответ В. Тарасова на вопрос журналиста газеты «Челябинский рабочий» о миссии мэра. В частности, он говорит: «Наверное, кто-то вспомнит о пешеходной улице, о Привокзальной площади, о наших дворах. Но всё это делается в первую очередь ради здоровья людей: физического и нравственного» [3]. То есть для городского главы художественный объект находится в одном ряду с другими объектами, подлежащими обустройству, и скорее всего является не более чем частью повседневной работы.

В целом характеризуя методы, которых придерживался челябинский мэр в руководстве городом на протяжении долгого времени, отдельные политологи оценивают их как политический и административный застой. Сам же В. Тарасов, рассуждая о роли главы города, высказывал мнение, что мэр в первую очередь должен быть хозяйственником, а занятия политикой могут привести к негативным последствиям. Фактически для В. Тарасова, как и для главы региона, обеспечение собственной легитимности в большей степени заключалось через апелляцию к понятным и устоявшимся в массовом сознании ценностям советского периода.

Для городского же населения реконструкция пешеходной зоны оказалась более значимым событием. Новый арт-объект не просто был тепло принят жителями, он стал объектом для гордости. Говоря о «Кировке» Михаил Фонотов отмечает, что «она – образ благополучия ... тем Кировка мила сердцу челябинца, особенно молодому, что она как бы «европейская» [22, с. 207]. Данные оценки челябинских журналистов позволяют говорить, что город получил свой первый современный символ, выходящий за рамки повседневного индустриального образа региона. А с учётом того, что столица региона, как правило, является центром административной и деловой активности, местом формирования основной информационно-новостной повестки территории и в целом элементом символики региона, то можно утверждать, что «Кировка» стала неким уникальным символом для всех жителей Челябинской области.

На фоне запоздалого кризиса смены идентичностей, то есть окончательного отказа от советского ценностного наследия при полном отсутствии каких-либо альтернативных вариантов, способных хоть как-то его заменить, появление относительно нестандартного культурного объекта позволило жителям Челябинской области, в первую очередь её административного центра, отчётливо осознать некую обобщающую уникальность. Символическое значение появившийся архитектурный объект для региональных властей приобретает только после его принятия жителями города. Второе, укоренившееся в регионе название «Кировки» – «Челябинский Арбат», используемое даже на официальных ресурсах региональной власти, позволяет относить этот объект к числу неформальных «столичных» брендов, создание которых в определённой мере является действиями по формированию региональной (локальной) идентичности [14, с. 290].

Из других действий, осуществлённых главой города В. Тарасовым, которые подвигли челябинцев к тому, что бы в очередной раз задуматься над своей самостью, можно выделить избирательную кампанию по выборам мэра Челябинска 2005 года. В ходе этой кампании, в числе прочих предвыборных лозунгов, командой действующего мэра заявлялось, что «без Тарасова столица Южного Урала превратится в Екатеринбург – город трущоб и бомжей».

Анализируя предпосылки возникновения такого позиционирования кандидата в главы столицы региона, эксперты указывают, что возможная причина заключается в некой исторической конкуренции между Челябинском, Екатеринбургом и Пермью за право обладания титулом столицы Урала. Пермь из этой конкуренции на тот момент уже выбыла из-за включения в состав Приволжского федерального округа. В. Тарасов же, вероятно, решил зафиксировать победу Челябинска в этом споре через свои агитационные материалы.

Агитационная кампания, построенная на противопоставлении двух городов-миллионников, побуждала жителей Челябинска сравнивать свои условия проживания с условиями жизни в городе с явно опережающим уровнем экономического развития. Окончательный выбор большинство горожан сделало не в пользу действующего мэра, даже несмотря то, что многие факты

в агитационных материалах В. Тарасова подавались в адаптированном под интересы кампании в виде плохих екатеринбургских дорог, извечной грязи, обилия трущоб, высоких цен в магазинах, низкого культурного уровня горожан и так далее. Здесь закономерным будет предположить, что формулируемая и транслируемая городскими властями во внутреннюю среду некая уникальность (псевдоуспешность) города не была должным образом воспринята большинством городского населения. Наоборот несоответствие заявляемых качеств реальному положению дел спровоцировало рост протестных настроений. Комментируя результаты этих выборов, политолог О. Матвейчев говорит, что «люди, которые не собирались идти на выборы, пришли и проголосовали не столько за Юревича, сколько против Тарасова», аналогичную позицию высказывает и депутат Государственной Думы В. Гартунг.

С другой стороны, не менее обоснованно было бы предположить, что выбор стратегии противопоставления Челябинска Екатеринбургу продиктован иными причинами, не связанными со столичными амбициями. В ходе кампании командой действующего главы была предпринята попытка продемонстрировать недостатки ценностей новой политической системы, ярким олицетворением которой являлся Екатеринбург, и преимущества старых советских ценностей, олицетворяемых Челябинском, в котором их сохранял и поддерживал В. Тарасов и до определённого времени глава региона. Побудительным примером к выбору такой стратегии может служить история электоральных побед губернатора П. Сумина, который трижды демонстрировал, что в регионе старые ценности и символы разделяются большинством избирателей. При этом, на наш взгляд, поражение В. Тарасова в ходе предвыборной кампании в большей мере обусловлено отложенным кризисом региональной идентичности.

К 2004–2005 гг. разница между российскими регионами становится ощутимее, этому способствует множество факторов: проводимая федеральным центром политика бюджетного федерализма; развитие информационного пространства региона; расширение географии сети Интернет; возникновение межрегиональных информационных агентств и т.д. Деятельность областных властей по формированию элементов региональной идентичности ограничена установленным порядком назначения губернаторов, которая исключает необходимость формирования символов региональной идентичности для поддержания легитимности региональных лидеров. Для Челябинской области ситуация осложнялась, как уже говорилось, ещё и тем, что после вступления П. Сумина в «Единую Россию» он вынужден был прекратить поддерживать остатки советской идентичности среди населения. Вполне закономерно, что кризис идентичности для населения Челябинского региона наступает именно в этот период.

В числе других особенностей Челябинской области необходимо отметить то обстоятельство, что причины, стимулирующие у жителей региона возникновение потребности в конкурентной самоидентификации, лежат не только в политической и экономической сферах жизни страны и региона. Одним из наиболее знаковых событий, побудивших челябинцев к поиску «самости», можно назвать всероссийский телевизионный проект «Наша Раша», вышедший на экраны в 2006 году, и в частности двух его персонажей – рабочих «труболитейного завода» из Челябинска Ивана Дулина и Михалыча. Несмотря на неоднозначное отношение самих жителей Челябинской области к этим персонажам, которое в первую очередь вызвано их девиантным поведением, Дулин и Михалыч, по сути, явили собой отражение восприятия метрополией этого региона.

Отвечая на вопрос о причинах, повлиявших на выбор места жительства этих персонажей, один из актёров скетч-сериала С. Светлаков говорит, что «прописали мы героев в Челябинске, потому что все знают – это край заводов и действительно очень суровых мужчин. Живя в Екатеринбурге, я не разделял этого мнения, но когда приехал в Москву, был удивлён, что именно так все и думают» [13]. Эпатажные персонажи «Нашей Раши» провоцируют региональных публицистов на ответный поиск и формулировку альтернативных региональных идентификаторов. В своём большинстве эти поиски сводятся к попыткам по-новому презентовать старые индустриальные символы советского периода: Танкоград, промышленное (стальное) сердце России, ЧТПЗ, Магнитка, ядерный щит и т.д. Другие авторы видят возможность формулирования отличия челябинцев от образов «Нашей Раши» через культурные региональные феномены: Олег Митяев, ВИА «Ариэль», джазовый оркестр «Уральский диксиленд», театр «Манекен».

Очевидно, что эти поиски не приносят желаемого результата. Упоминания промышленных образов и достижений про-

шлого только усилили «суровый» образ региона, а культурные феномены настолько уникальны (единичны) для области, что едва ли могут рефлексироваться всем её населением в качестве обобщающей конкурентной отличительной особенности.

На фоне отсутствия каких-либо заметных действий региональных властей по формированию символов конкурентных преимуществ во второй половине 2000-х годов население региона само активно включается в этот процесс, пытаясь выделиться и стать первыми любыми доступными способами.

В сентябре 2008 года в честь дня города состоялась акция «Челябинск улыбается миру», более 9500 человек, одетых в жёлтые плащи и кепки, выстроились в огромный смайл (графическое жёлтое улыбающееся лицо) диаметром 75 метров.

По мнению организаторов акции из клуба челябинских брендов, «это событие – еще одно доказательство, что Челябинск растёт, развивается, и ему есть, что показать на мировом уровне… это повод для всех жителей города собраться под объективом спутника и показать всему миру свою сплочённость, дружелюбие и силу» [23].

В декабре 2009 года Челябинск становится городом самого большого Деда Мороза: памятник «Сказ об Урале» (12-метровая скульптура) наряжен в новогодний костюм, на который было израсходовано 130 метров бархата и 30 метров меха. В 2010 году этот же памятник наряду с костюмом был облачён в 74-метровую бороду.

В 2009 году в Миассе открывают парк самых больших в мире канцелярских товаров, один из экспонатов которого, а именно скрепка высотой 9 метров, в 2011 году попадает в книгу рекордов Гиннесса.

В апреле 2010 года в зоопарке Челябинска раскрашивают осла в розовый цвет.

В июле 2010 года в Кыштыме фиксируют рекорд России по количеству участников хоровода – 6 293 человека, а длина хоровода составила 4 750 метров.

Изменение отношения областных властей к вопросам создания элементов региональной идентичности происходит в 2010 году, сразу после назначения нового руководителя этого субъекта РФ.

Уже 22 апреля 2010 года на церемонии вступления в должность губернатора Челябинской области М.Ю. Юревич заявляет о необходимости повышения инвестиционной привлекательности региона и формировании нового имиджа Южного Урала.

В июне того же года в интервью Российской газете М. Юревич заявляет о проведении ребрендинга Челябинской области. Актуальность вопросов, связанных со сменой имиджа, снова объясняется необходимостью привлечения внешних ресурсов для развития территории. Таким образом, Челябинская область в полной мере становится участником межрегиональных конкуренций за привлечение ресурсов извне. Формирование и трансляция во внешнюю среду потенциальных конкурентных символов Челябинской области для нового губернатора является понятным и востребованным инструментом развития территории.

Отдельные действия областных властей, направленные на смену внешнего имиджа области, вызывают бурную критику со стороны оппозиционно настроенных региональных СМИ, что существенно расширяет количество региональных дискуссионных площадок. К числу таких действий можно отнести объявление тендеров на оптимизацию результатов поиска в системах «Яндекс» и Google, которые по условиям конкурса должны будут содержать положительные или нейтральные оценки экологической ситуации в регионе, или по размещению имиджевой информации о Челябинской области на печатных площадях бортового журнала авиакомпании «Трансаэро».

В 2012 году в Челябинской области была предпринята попытка развития непромышленных брендов через создание визуального географического бренда «Южный Урал. Здесь сбываются мечты». Как и в предыдущих случаях, целью данного проекта было позиционирование региона во внешней среде. Говоря о целях создания нового бренда, вице-губернатор В.М. Евдокимов отмечает популяризацию богатств края: «… на Южном Урале есть что посмотреть и чем удивить: красивейшие леса и озёра, бурные горные и спокойные степные реки с обилием рыбы, живописные леса, впечатляющие горы, водопады, богатейшие флора и фауна» [2].

При этом, несмотря на предпринимаемые в последние годы меры, Челябинская область по-прежнему остается регионом «суровых мужиков». Причин такого результата видится несколько.

Во-первых, в действиях региональной элиты региона наблюдается дистанция, которую они стараются выдерживать по отношению к уральской идентичности, избегая

её воспроизводства и использования. Вернее к идентичности, которую формировал губернатор Свердловской области Э. Россель на протяжении всего периода с момента регионализации административного и политического пространства, достаточно успешно эксплуатируя тему Урала и его особой роли в судьбе государства. Проявления этой дистанции можно видеть и среди основных контраргументов в дискуссии вокруг герба региона, и в позиционировании кандидата – действующего главы на выборах мэра Челябинска.

Во-вторых, из-за игнорирования темы Урала создаваемые региональными властями новые образы и символы Челябинской области ограничены традиционным набором символов, который в различных формах присутствует в любом из субъектов Российской Федерации. Внешнее позиционирование региона с использованием природных, ландшафтных, исторических, культурных и иных особенностей является общедоступным ресурсом, а, следовательно, не позволяет создавать уникальные образы, за счёт которых можно выделяться на общем фоне. Аналогичной представляется ситуация с созданием на территории региона крупномасштабных арт-объектов.

Вместе с тем предпринимаемые региональными властями меры по изменению образа Челябинской области, которые были ориентированы на внешнюю среду, оказали влияние на повышение уровня легитимности главы региона. Являясь губернатором, не прошедшим процедуру всенародного избрания, после трёх лет нахождения в должности М.В. Юревич пользовался доверием у 68,7% населения области. Данный факт позволяет сделать предположение, что те действия, которые были ориентированы на привлечение внешних ресурсов, оказались более востребованы во внутренней среде. Потребность жителей региона в самоидентификации удовлетворялась через понятные и воспринимаемые большинством символы малой родины, в первую очередь природно-ландшафтные, а затем остальные: спортивные достижения местных команд, исторические, культурные достопримечательности и т.д. [7].

Таким образом, рассматривая проявления региональной идентичности и попытки её формирования на территории Челябинской области, можно выделить 3 основных периода.

Первый период: с 1991 по 2004 год. В это время обеспечивалось сохранение и поддержание ценностей и символов советского государства.

В течение этого периода формулирование и трансляция уникальности территории, в качестве инструмента конкурентной борьбы за внешние ресурсы, губернатором не использовались. Вплоть до отказа от самостоятельного создания официальных символов региона.

Персональная легитимация главы региона обеспечивалась за счёт элементов идентичности советского периода, а впоследствии (в период назначений) за счёт легитимности федеральной власти.

Второй период: с 2004 по 2010 год. Эти годы характеризуются отказом от эксплуатации коммунистических символов, их заменой на общегосударственные, ростом протестных настроений и возникновением запроса у жителей Челябинской области на региональные символы уникальности.

Актуализация запроса среди населения на самоопределение происходит как реакция на:

– отсутствие каких-либо региональных идентификаторов;

– возникающие ощутимые различия в уровне жизни с соседними регионами;

– возникновение во внешней среде символов региона – телевизионных персонажей, демонстрирующих девиантное поведение.

Третий период: с 2010 по 2013 год. В течение этого периода региональными властями предпринимались действия по изменению внешнего образа Челябинской области. Прежде всего за счёт использования в качестве уникальных символов региона образов малой родины, в основном природных и ландшафтных особенностей (горы, озёра). В это время отчётливо видно, что принимаемые меры по ребрендированию способствуют увеличению поддержки губернатора населением региона. При этом внешний индустриально-промышленный образ региона сохраняется.

В настоящее время Челябинская область снова переживает смену политического руководства. Перспективы дальнейшего развития региональной идентичности в Челябинской области будут напрямую зависеть от действий кандидата, победившего на предстоящих выборах. Но если судить по первым заявлениям кандидата (Стратегия-2020), обладающего уже сегодня неоспоримыми преимуществами в предвыборной борьбе, то вполне вероятно, что процессы формирования осознанной

общности жителей Челябинской области, обретение ими самости вновь выходят за рамки используемых региональными властями технологий.

1. Анисимова А.А., Ечевская О.Г. Сибирская идентичность: предпосылки формирования, контексты актуализации. Оглавление. Введение. Дискуссия и общие выводы с сайта НГУ [Текст] / Издательство: Новосибирск: НГУ, 2012. 176 с.

2. Вадим Евдокимов: на Южном Урале сбываются мечты [Электронный ресурс]. URL http://uralpress.ru/reviews/vadim-evdokimov-na-yuzhnom-urale-sbyvayutsya-mechty (дата обращения: 08.04.2014 г.).

3. Вячеслав Тарасов: «Да не хочу я быть замминистра!» [Электронный ресурс]. URL http://mediazavod.ru/articles/13533 (дата обращения: 06.04.2014 г.).

4. Двоевластие в Челябинске [Текст] // Известия. 1993. 18 июня.

5. Дискуссия по поводу проекта герба Челябинской области только начинается // Челябинский рабочий. 1999. 24 ноября.

6. «Запретный» герб [Текст] // Челябинский рабочий. 2001. 18 октября.

7. Киселёв К.В., Щербаков А.Ю. Региональная идентичность в социологическом измерении: Челябинский случай [Текст] // Научный ежегодник Института философии и права УрО РАН. 2013. Том 13. Выпуск 4. С. 107–118.

8. Киселёв К.В., Щербаков А.Ю. Урал: к вопросу об идентификационной динамике бренда [Текст] // Вестник Пермского университета. ПОЛИТОЛОГИЯ. 2013. № 1. С. 138–150.

9. Корнеев В.В. Россия: движение вспять. От государственного социализма к периферийному капитализму [Текст] // Изд-во Крафт+. 2010. 384 с.

10. Минченко Е.Н., Как стать и остаться губернатором [Текст] // Изд-во «Урал Л.Т.Д.». 2001. 480 с.

11. Назукина М.В. Региональная идентичность в современной России: типологический анализ. Автореферат диссертации на соискание учёной степени кандидата политических наук. Пермь, 2009. [Электронный ресурс]. URL: http://identityworld.ru/load/identichnost_kak_kategorija_politicheskoj_nauki/prostranstvenno_territorialnaja_identichnost/nazukina_mv_regionalnaja_identichnost_v_sovremennoj_rossii_tipologicheskij_analiz_perm_2009/44-1-0-2 (дата обращения: 06.04.2014 г.).

12. «Наша Russia»: Гея-фрезеровщика заставили лить сталь [Электронный ресурс] // «КП» – Челябинск». Режим доступа: URL http://www.kp.ru/daily/23875/64973/ (дата обращения: 08.04.2014 г.).

13. О гербе Челябинской области: Закон Челябинской области от 08.01.2002 № 64–ЗО (ред. от 26.03.2014) принят постановлением Законодательного Собрания Челябинской области от 27.12.2001 № 399 // Южноуральская панорама. 2002. 17 января.

14. Подвинцев О.Б., Назукина М.В. Столичные амбиции как отражение регионализации современной России [Текст] // Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук. 2009. Вып. 9. С. 290–302.

15. Росич Ю. Региональная символика: в поисках идеологии [Электронный ресурс]. URL: http://geraldika.ru/symbols.php?coatid=579 (дата обращения: 15.11.2007).

16. Смирнягин Л.В. О региональной идентичности // Пространство и время в мировой политике и международных отношениях: материалы 4 Конвента РАМИ. В 10 т. / под ред. А.Ю. Мельвиля; Рос. ассоциация междунар. исследований. – М..: МГИМО-Университет, 2007. Т. 2 : Идентичность и суверенитет: новые подходы к осмыслению понятий / под ред. И.М. Бусыгиной. 116 с. С. 81–107.

17. Сэмюэль П. Хантингтон. Кто мы? Вызовы американской национальной идентичности [Текст] / Изд-во АСТ, Транзиткнига. 2004. 636 с.

18. Туник Г.А. Официальные символы Челябинской области. [Электронный ресурс] // журнал RELGA. 2006. № 23. URL: http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1387&level1=main&level2=articles (дата обращения: 06.04.2014 г.).

19. Туровский Р.Ф. Парламентские выборы 1999 г.: региональные особенности [Текст] // Полития, Зима. 1999–2000. № 4 (14). С. 102–121.

20. Туровский Р.Ф. Региональная идентичность в современной России [Текст] // Российское общество: становление демократических ценностей? М., 1999. С. 87–136.

21. Фадеева Л.А., Семененко И.С. Профессиональное сообщество: опыт самоанализа и перспективы исследования идентичности // Идентичность как предмет политического анализа. Сборн. статей по итогам научно-теоритической конференции [Текст] / Москва. ИМЭО РАН. 2011. 299 с. С. 286–287.

22. Фонотов М. Родная старина: Очерки истории Южного Урала [Текст] / Челябинск. Изд-во Игоря Розина. 2011. 216 с.

23. «Челябинск улыбается миру» [Электронный ресурс]. URL http://smile.is74.ru/ru/about/ (дата обращения 08.04.2014).

References

1. Anisimova A.A., Echevskaja O.G. Sibirskaja identichnost': predposylki formirovanija, konteksty aktualizacii. Oglavlenie. Vvedenie. Diskussija i obshhie vyvody s sajta NGU [Siberian identity: formation background, actualization context. Contents. Untroduction. Discussions]. Novosibirsk Izdatel'stvo: NGU, 2012. 176 p.

2. Vadim Evdokimov: na Juzhnom Urale sbyvajutsja mechty. URL http://uralpress.ru/reviews/vadim-evdokimov-na-yuzhnom-urale-sbyvayutsya-mechty (accessed: 08.04.2014).

3. Vjacheslav Tarasov: «Da ne hochu ja byt' zamministra!». URL http://mediazavod.ru/articles/13533 (accessed: 06.04.2014).

4. Dvoevlastie v Cheljabinske // Izvestija. 1993. 18 ijunja.

5. Diskussija po povodu proekta gerba Cheljabinskoj oblasti tol'ko nachinaetsja // Cheljabinskij Rabochij. 1999. 24 nojabrja.

6. «Zapretnyj» gerb // Cheljabinskij Rabochij. 2001. 18 oktjabrja.

7. Kiseljov K.V., Shherbakov A.Ju. Regional'naja identichnost' v sociologicheskom izmerenii: Cheljabinskij sluchaj [Regional identity in sociological context: Chelyabinsk example] // Nauchnyj ezhegodnik Instituta filosofii i prava UrO RAN. 2013. tom 13. vypusk 4. pp. 107–118.

8. Kiseljov K.V., Shherbakov A.Ju. Ural: k voprosu ob identifikacionnoj dinamike brenda [Urals: to the

question of identification brand dynamics] // Vestnik Permskogo universiteta. POLITOLOGIJa. 2013. № 1. pp. 138–150.

9. Korneev V.V. Rossija: dvizhenie vspjat'. Ot gosudarstvennogo socializma k periferijnomu kapitalizmu // Izd-vo Kraft+. 2010. 384 p.

10. Minchenko E.N., Kak stat' i ostat'sja gubernatorom [How to become and to stay governor] // Izd-vo «Ural L.T.D.». 2001. 480 p.

11. Nazukina M.V. Regional'naja identichnost' v sovremennoj Rossii: tipologicheskij analiz. Avtoreferat dissertacii na soiskanie uchenoj stepeni kandidata politicheskih nauk. Perm', 2009. URL: http://identityworld.ru/load/identichnost_kak_kategorija_politicheskoj_nauki/prostranstvenno_territorialnaja_identichnost/nazukina_mv_regionalnaja_identichnost_v_sovremennoj_rossii_tipologicheskij_analiz_perm_2009/44-1-0-2 (accessed: 06.04.2014 g.).

12. «Nasha Russia»: Geja-frezerovshhika zastavili lit' stal' // «KP» – Cheljabinsk». Rezhim dostupa: URL http://www.kp.ru/daily/23875/64973/ (accessed: 08.04.2014 g.).

13. O gerbe Cheljabinskoj oblasti: Zakon Cheljabinskoj oblasti ot 08.01.2002 № 64-ZO (red. ot 26.03.2014) prinjat postanovleniem Zakonodatel'nogo sobranija Cheljabinskoj oblasti ot 27.12.2001 № 399 // Juzhnoural'skaja panorama. 2002. 17 janvarja.

14. Podvincev O.B., Nazukina M.V. Stolichnye ambicii kak otrazhenie regionalizacii sovremennoj Rossii // Nauchnyj ezhegodnik Instituta filosofii i prava Ural'skogo otdelenija Rossijskoj akademii nauk. 2009. Vyp. 9. pp. 290–302.

15. Rosich Ju. Regional'naja simvolika: v poiskah ideologii. URL: http://geraldika.ru/symbols.php?coatid=579 (accessed: 15.11.2007)

16. Sjemjujel' P. Hantington, Kto my? Vyzovy amerikanskoj nacional'noj identichnosti [Who Are We?: The Challenges to America's National Identity]. Izd-vo AST, Tranzitkniga. 2004. 636 p.

17. Tunik G.A., Oficial'nye simvoly Cheljabinskoj oblasti // zhurnal RELGA. 2006. №23. URL http://www.relga.ru/Environ/WebObjects/tgu-www.woa/wa/Main?textid=1387&level1=main&level2=articles (accessed: 06.04.2014).

18. Turovskij R.F. Parlamentskie vybory 1999 g.: regional'nye osobennosti // Politija, Zima 1999 – 2000, № 4 (14), pp. 102–121.

19. Turovskij R.F. Regional'naja identichnost' v sovremennoj Rossii // Rossijskoe obshhestvo: stanovlenie demokraticheskih cennostej? M., 1999. pp. 87–136.

20. Fonotov M., Rodnaja starina: Ocherki istorii Juzhnogo Urala / Cheljabinsk. Izd-vo Igorja Rozina. 2011. 216 p.

21. «Cheljabinsk ulybaetsja miru». URL http://smile.is74.ru/ru/about/ (accessed: 08.04.2014).

UDK 323 + 323.174

FORMATION OF REGIONAL IDENTITY OF CHELYABINSK REGION: THE PROBLEM OF PERIODIZATION

Shcherbakov Alexey Jurevich
Institute of Philosophy and Law,
Ural Branch
of the Russian Academy of Sciences,
Ekaterinburg, Russia.
E-mail: alll_rubicon@mail.ru

Annotation
This article deals with the features of the development of regional identity i n the Chelyabinsk region at the present stage. The actions of regional elites are analyzed to ensure their own legitimacy; to create characters and images of the territory. The factors influencing the formation of the needs of the population of the region in self-identification are defined. The periods of formation of regional identity are allocated here.

Key concepts:
regional identity,
Chelyabinsk region,
official symbols,
symbols territory
governor.