

КОНЦЕПЦИЯ СОХРАНЕНИЯ И РАЗВИТИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ И МЕСТНЫХ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ ДО 2030 Г.

Проект Концепции сохранения и развития региональной и местных идентичностей населения Ульяновской области разработан рабочей группой Центра развития истории и культуры АНО «Центр стратегических исследований Ульяновской области» в составе д.и.н. С. А. Прокопенко (руководитель), к.и.н. Н. В. Липатовой, к.и.н. Т. Б. Качкиной, д.и.н. О. Р. Хасянова, В. Н. Егорова, к.пол.н. А. Б. Баранниковой, к.пол.н. В. В. Ошкина

СОДЕРЖАНИЕ

1. Назначение Концепции
2. Нормативно-правовая база разработки и реализации Концепции
3. Вызовы эпохи
4. Идентичность: содержание и типы
 - 4.1. Базовые компоненты региональной и местных идентичностей
 - 4.2. Тип и характер региональной идентичности. Мировой опыт и анализ инструментария
 - 4.3. Цели конструирования региональной и местных идентичностей населения Ульяновской области
5. Региональная идентичность: особенности и перспективы её сохранения и развития в Ульяновской области
 - 5.1. Этапы работы над исследованием и формированием региональной идентичности в Ульяновской области
 - 5.2. Особенности региональной идентичности населения региона: проблемное поле формирования региональной идентичности
6. Региональная и местные идентичности: базовые элементы для символического менеджмента в Ульяновской области
7. Предложения для дальнейшей работы по сохранению и развитию региональной и местных идентичностей в Ульяновской области
8. Ожидаемые результаты реализации Концепции
9. Термины

1. НАЗНАЧЕНИЕ КОНЦЕПЦИИ

1.1. Концепция сохранения и развития региональной и местных идентичностей населения Ульяновской области до 2030 года (далее – Концепция) – это система целей, приоритетов, основных направлений, задач и принципов, а также механизмов осуществления государственной политики по формированию региональной и местных идентичностей населения, проживающего на территории Ульяновской области, как важнейшего элемента формирования духовно-нравственных установок населения и успешного развития региона и гражданского общества.

1.2. Настоящая Концепция является основополагающим документом в сфере сохранения и дальнейшего развития региональной и местных идентичностей населения Ульяновской области на период 2018-2030 годов.

1.3. Концепция разработана в целях обеспечения интересов личности, социальных групп, общества и государства, реализации конституционных прав каждого человека на участие в культурной, общественной, экономической и политической жизни, на доступ к культурным ценностям; в целях обеспечения конституционных гарантий свободы творчества, сохранения культурного наследия, памятников истории и культуры, полиэтнического многообразия, гармоничного сочетания ценностей и практик разнообразных сообществ, включая национально-этнические группы; создания благоприятных условий для формирования человеческого потенциала Ульяновской области.

1.4. Концепция направлена на активизацию всестороннего сотрудничества органов государственной власти, местного самоуправления, структур гражданского общества и всего населения региона в деле сохранения и развития гражданско-территориальной солидарности жителей Ульяновской области путём формирования положительного исторического и социокультурного облика региона.

1.5. Настоящая Концепция служит основой для координации деятельности исполнительных органов государственной власти Ульяновской области и органов местного самоуправления муниципальных образований Ульяновской области (далее – государственные и муниципальные органы), а также для их взаимодействия с институтами гражданского общества в конструировании региональной и местных идентичностей.

2. НОРМАТИВНО-ПРАВОВАЯ БАЗА РАЗРАБОТКИ И РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ

2.1. Настоящая Концепция базируется на конституционных принципах Российской Федерации, на нормативных правовых актах Российской Федерации и Ульяновской области в области культуры и искусства, образования, социальной и экономической сферах и на общепризнанных принципах и нормах международного права в области культуры и искусства,

науки и образования, национальной политики, социальной и хозяйственной деятельности.

2.2. В основу настоящей Концепции легли следующие правовые акты:

- Закон Российской Федерации от 09.10.1992 № 3612-1 «Основы законодательства о культуре в Российской Федерации»;
- Федеральный закон «Об объектах культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации» от 25 июня 2002 г. № 73-ФЗ;
- Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года, утверждённая распоряжением Правительства Российской Федерации от 17.11.2008 №1662-р;
- Стратегия государственной национальной политики Российской Федерации на период до 2025 года, утверждённая Указом Президента Российской Федерации от 19 декабря 2012 г. № 1666;
- Федеральная целевая программа «Культура России (2012–2018 гг.)», утверждённая постановлением Правительства Российской Федерации от 3 марта 2012 г. № 186;
- Федеральный закон от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации»;
- Основы государственной культурной политики, утверждённые Указом Президента Российской Федерации от 24 декабря 2014 г. № 808.

При разработке Концепции приняты во внимание решения:

- Совета при Президенте Российской Федерации по культуре и искусству от 25 сентября 2012 г., 2 октября 2013 г., 24 декабря 2014 г.;
- Совета при Президенте Российской Федерации по международным отношениям от 19 февраля 2013 г., 22 октября 2013 г., 13 марта 2014 г., 3 июля 2014 г.;
- Совета при Президенте Российской Федерации по науке и образованию от 8 декабря 2014 г.

3. ВЫЗОВЫ ЭПОХИ

Концепция призвана ответить на вызовы, которые стоят перед Ульяновской областью в наши дни. В 1990-е гг. в России произошли как важные позитивные перемены, так и возникли системные негативные явления, которые оказали и продолжают оказывать долгосрочное отрицательное влияние на нравственность; гражданское самосознание; на отношение людей к обществу, государству, закону и труду; на отношение человека к человеку. В период смены ценностных ориентиров и установок нарушилось духовное единство общества вплоть до распада социальных тканей, кардинально изменились жизненные приоритеты молодёжи, подверглись эрозии ценности старших поколений, деформировались традиционные для народов страны моральные нормы и нравственные

установки. Как показывают социологические исследования, на месте быстро демонтированной советской идеологии до сих пор у российских граждан не сложилась чётко выраженная система ценностных ориентиров, объединяющих россиян в единую историко-культурную и социальную общность. Негативное влияние оказали и разрыв экономических связей, производственных цепочек, закрытие производств, что вызвало отток и деклассирование инженерных кадров и квалифицированной рабочей силы, обострило проблемы моногородов.

Политика регионального руководства в 1990-е гг., с одной стороны, смягчила для населения вхождение в рынок, с другой – спровоцировало последующее отставание в экономических показателях по сравнению со многими соседними субъектами Российской Федерации. В результате, к концу 1990-х годов в Ульяновской области возобладали преимущественно негативные общественные настроения, на базе которых у людей развился комплекс региональной неполноценности, породивший среди большинства жителей ощущение неблагополучия во многих сферах окружающей жизни, своей второсортности, ненужности, отверженности, атмосферу тревоги, постоянной неуверенности в завтрашнем дне. Сформировавшись же и укрепившись, данный комплекс стал стимулировать настроения безнадёжности, служить оружием разрушения позитивных нравственных качеств, снижения эмоциональной заряженности на развитие. Неслучайно поэтому, в начале двухтысячных это вылилось в отток из региона заметной части наиболее активного населения в поисках лучшей жизни, скепсису по отношению к перспективам самой области и в оценке власти на разных уровнях. С учётом инерционности психологических установок, эти настроения частично прослеживаются до сих пор.

Между тем, успешное и устойчивое долгосрочное развитие страны и области невозможно без консолидации социума на позитивных принципах. Жизненной потребностью многонациональной и территориально огромной России является развитие подлинного федерализма, который должен опираться на успешно развивающиеся и социально благополучные регионы страны. Без этого не представляется возможным формирование современной российской политической нации, что является одной из приоритетных задач переходного периода, провозглашённых Президентом России. Реализация такой задачи трудно выполнима без познания своей малой родины и эмоциональной переработки этого знания в сознательное позитивное отношение к региону проживания и в соответствующее созидательное поведение.

В современной науке и реальной практике усилия учёных, органов власти и иных институтов общества по решению указанной задачи приобрели форму строительства общероссийской, региональной и локальных идентичностей.

4. ИДЕНТИЧНОСТЬ: СОДЕРЖАНИЕ И ТИПЫ

Идентичность – это представление о том, что есть «Я» и «Мы» в окружающем мире. Существуют разные уровни идентичности: общегосударственная, региональная, локальная.

Общероссийская идентичность есть отождествление себя с гражданами всей страны и государственно-территориальным пространством России, понимание места своей страны в мире, её основных проблем, направлений и перспектив развития. Она предполагает наличие определённых представлений о государстве и стране, образа «Мы», чувства общности, солидарности, ответственности за происходящее в стране.

Региональная идентичность есть отождествление жителями себя с определённой местностью, теми традициями и жизненным укладом, которые сложились на ней. Региональная идентичность – это интеллектуально-эмоциональный феномен осознания и внутреннего переживания людьми, проживающими на определённой территории с устойчивыми границами, своей принадлежности к ней, оценок её административного, экономического, историко-культурного статуса и степени личной заинтересованности в её процветании. В массовой проекции эти мыслеформы и эмоции приобретают форму общественных настроений, среди которых могут доминировать как положительный, так и отрицательный устойчивые образы региона.

Местная (локальная) идентичность есть идентификация человека (группы) с местным сообществом, тесно переплетённая с представлениями и чувством любви к своей «малой родине», с местом рождения и/или местом жительства, с близкими людьми, друзьями и коллегами по работе.

Важнейшее требование для формирования устойчивых идентичностей – сопряжённость и взаимоподдержка разных уровней идентичности между собой. Хотя локальная идентичность связана с представлениями о малой родине, именно через местную идентичность складываются региональная и общенациональная идентичности.

Формирование у населения Ульяновской области позитивной устойчивой идентичности позволит консолидировать жителей региона вокруг приоритетных целей и задач социально-экономического развития области, укрепит чувства уважения и любви к родному краю, повысит уровень местного патриотизма, даст возможность населению, и, в первую очередь, молодёжи, более успешно решать вопросы выбора профессии, трудоустройства и организации жизни в нашем регионе. Это поможет осознать жителям края конкурентные преимущества области, цели и перспективы, понять и принять стратегию практических действий ради их реализации, что станет серьёзным ресурсом для дальнейшей положительной динамики регионального развития. Это поможет в конкуренции между регионами за внимание федерального центра, за привлечение дополнительных ресурсов, за право первыми реализовать тот или иной проект, а, в конечном итоге, в поиске идей и решений, которые бы выгодно выделили Ульяновский регион из числа прочих.

4.1. БАЗОВЫЕ КОМПОНЕНТЫ РЕГИОНАЛЬНОЙ И МЕСТНЫХ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ

Региональная идентичность – комплексное явление и её трансформация/конструирование и т.д. невозможно без учёта четырёх базовых составляющих:

– историко-географическое развитие: как развивалась территория, как менялись её границы, какие события являются ключевыми, какую роль играл и продолжает играть регион в истории всей страны, т.е. всё то, что связано с историко-культурным, природным наследием, а также пространственным позиционированием региона;

– региональная социально–экономическая ситуация: основные виды и степень эффективности хозяйствования в регионе; связь идентичности с особенностями видов экономической деятельности; основные показатели развития, качество жизни в регионе; степень независимости/зависимости от федеральных дотаций и финансирования из центра, восприятие массовым сознанием перспектив будущего региона;

– информационное общественное поле: основные идеи и мифы региональной уникальности; основные маркеры региональной идентичности, их реалистичность и проверка на прочность. Важно чтобы они базировались на реальных, а не придуманных основаниях (за малым исключением: фольклор и т.д.), так как наиболее устойчивы и долгосрочны *позитивные* образы (мифы), созданные на реальной практике и научной основе;

– стратегия политической элиты: единый подход к толкованию на официальном уровне уникальности регионального территориального сообщества и его дальнейших перспектив; степень консолидации политической элиты в вопросе о выборе стратегий; практическая деятельность в усилении конкурентных преимуществ области и позиционирование этого в концептуальных документах региона.

4.2. ТИП И ХАРАКТЕР РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ. МИРОВОЙ ОПЫТ И АНАЛИЗ ИНСТРУМЕНТАРИЯ

Помимо множества этносов со своими ценностными установками и стереотипами поведения, укоренённостью основных мировых религий, современному российскому обществу присуще ещё и переходное состояние, что проявляется, в частности, в мощном светском начале – наследии советской эпохи. Именно тогда был создан человек с особым типом мышления, опирающийся на причинно-следственную связь и рациональность. В этих сложных условиях *регионализм места – территориальная идентичность* – объективно является важным положительным противовесом фрагментации общества, возможной этнической обособленности, которая легко может перерасти как в

изоляция, так и в национализм. Региональная территориальная идентичность менее выражена и труднее строится, чем этническая (как у наших соседей), но имеет более прочный фундамент, гармоничнее сопрягается с общероссийской идентичностью и несёт в себе залог успешного и устойчивого развития российского государства.

В мировой и российской практике этот инструмент достаточно широко применяется для создания позитивного образа региона, прежде всего за его пределами. Значительно реже внутри регионов России он используется для достижения конкретных социально-политических целей (сплочения сообщества, самоутверждения региональных политических элит, обеспечения поддержки избранного политического курса населением) или для реализации выбранного экономического курса. Во многом это объясняется тем, что в Европе политические структуры и элиты уже давно сложились и устойчивы. Но в российском случае переходный характер эпохи актуализирует такую работу на уровне субъекта федерации.

Важнейшее направление в формировании идентичности – апелляция к общему прошлому и успешному настоящему. При этом, как показывает опыт, наиболее успешно задачи выстраивания региональной идентичности решаются там, где достигнуто оптимальное соотношение между традицией и модернизацией. Для этого, в частности, политические элиты используют технологию управления символическим капиталом (символический менеджмент) для комплексного продвижения территории через создание любых видов символической «продукции» в виде ритуалов, знаков, традиций, легенд, образов, брендов, слоганов, мифов и др.

Яркий пример тому даёт Германия (например, Бавария, где в одно целое соединяется Октоберфест – успешное коммерческое предприятие с использованием фольклорных и псевдофольклорных традиций пивоварения и культуры потребления с одной стороны, а с другой – то современное, что в наших глазах олицетворяет и объединяет бренд «Ауди»). А если вспомнить традиции вагнеровских фестивалей – использование ресурса культуры в широком смысле этого слова – то можно понять размах и системность такой работы. Ульяновская область имеет не меньший потенциал для работы в этом направлении.

Особенность в создании образа региона (т. н. брендинга) состоит в том, что бренд должен выполнять роль инструмента повышения жизненной мотивации в деятельности жителей региона и, как финал, работать не только на узнаваемость во внешнем пространстве, но и приносить выгоду населению. В том числе, и создавая благоприятный психологический микроклимат, который вытекает из чувства гордости жителей за свою «малую родину», что в свою очередь служит источником её усиления и роста личностно переживаемого желания участвовать в её благоустройстве. Если бренд не выполняет своей задачи, то рано или поздно происходит его отторжение как внутри региона, так и вовне.

Ульяновский регион полиэтничен и поликонфессионален, но не отягощён национальными и религиозными распрями, и, в целом, тяготеет к политической стабильности и сильной российской государственности. Это позволяет рассматривать область как важный регион, традиционно служащий

опорой России, открытый при этом творческому восприятию новых прогрессивных идей, социальных и экономических технологий. Такой символический капитал уже сейчас привлекает в область инвестиции и в долгосрочной перспективе может быть использован для привлечения населения.

4.3. ЦЕЛИ КОНСТРУИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ И МЕСТНЫХ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Конструирование региональной идентичности с заданными параметрами позволит

на уровне общества:

– сформировать чувство *позитивной* солидарности (у общественных институтов, политических партий, общественных и неформальных объединений, у конкретных людей);

– консолидировать население, а также общественные и политические силы Ульяновской области вокруг приоритетных задач, связанных с развитием региона;

- создать больше возможностей и побудительных мотиваций для более активного участия жителей области в выявлении имеющихся проблем и в их преодолении;

на уровне элит – это возможность и задача:

– превратить регион в территорию с новым качеством управления и новыми эффективными управленческими технологиями;

– реализовать новый для региона принцип формирования управленческих элит, основанный на сочетании равных возможностей и здоровой конкуренции¹;

Элементы этой системы уже частично реализуются в программах подготовки кадрового резерва, проектах молодёжного парламента, правительства и т.д., в конкурсных процедурах назначения на должности, с представлением собственной программы и видения развития и т.п. (понятно, что в проведении такой политики важна постепенность, хотя бы в силу того, что у меритократии объективно есть много противников). Подобные вещи также являются инструментом формирования бренда региона, как территории возможностей, и полностью работают на концепцию «Ульяновская область – умный регион».

– найти консенсус в вопросах образа будущего для региона, целеполагания и алгоритма действий;

на уровне отдельных социальных групп и индивидуальном:

¹ Меритократия (от меритос – заслуга, кратос – власть) форма правления, в основу которой положен принцип индивидуальной заслуги. При такой форме власти к управлению обществом должны приходиться наиболее достойные, компетентные, работоспособные, талантливые люди.

- сформировать положительное восприятие населением Ульяновской области места своего проживания;
- изменить вектор негативных поведенческих стереотипов на положительные;
- повысить уровень удовлетворённости качеством жизни;
- побудить граждан к проявлению инициативы и личному участию в улучшении образа региона и своей малой родины.

5. РЕГИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ: ОСОБЕННОСТИ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЕЁ СОХРАНЕНИЯ И РАЗВИТИЯ В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

5.1. ЭТАПЫ РАБОТЫ НАД ИССЛЕДОВАНИЕМ И ФОРМИРОВАНИЕМ КОНЦЕПЦИИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В 2011 г. в Правительстве области была сформирована рабочая группа для анализа проблематики региональной идентичности. 24 ноября 2012 года состоялось совещание под председательством Губернатора по проблемам региональной идентичности. В 2013 г. силами Экспертно-аналитического управления были проведены кустовые семинары в муниципальных образованиях Ульяновской области. Для семинаров Управлением были разработаны «Методические рекомендации по работе, направленной на формирование местной и региональной идентичности в Ульяновской области», анкета для проведения предварительного опроса участников семинаров и жителей Ульяновской области и т.д. Для систематического и углублённого изучения проблематики в 2014 г. был создан Научно-исследовательский институт истории и культуры Ульяновской области. Итогом теоретического осмысления проблемы стало понимание характера региональной идентичности и выработка подходов к созданию научно-нормативной базы для её формирования, что и определило вектор работы НИИ в последующие годы по трём ключевым практико-ориентированным направлениям в рамках символического менеджмента:

- 1) Расстановка правильных акцентов в понимании вопросов по отдельным аспектам истории, географии, культуры и быта, традиционным укладам жителей региона.
- 2) Конструирование традиций и символов, но обязательно аутентичных, для местного населения в условиях уже существующих стойких идентичностей.
- 3) Наполнение новым содержанием существующих брендов и символов региона, обоснование ритуалов, юбилейных дат и т.д.

Проделанная работа позволила перейти на следующий, *современный этап*, который требует осмысления и разработки форм и методов системного и консолидированного подхода власти, представителей гражданского

общества, научного сообщества в разработке/реализации концепции развития региональной и локальных идентичностей.

5.2. ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ РЕГИОНА: ПРОБЛЕМНОЕ ПОЛЕ ФОРМИРОВАНИЯ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Были выявлены следующие наиболее важные характеристики проблемного поля в сфере формирования региональной идентичности в Ульяновской области:

1) Противоречие между симбирской и ульяновской составляющими.

Это следствие «разрыва эпох»: сторонники идеализируемого советского «ульяновского» прошлого и противники, идентифицирующие себя с «симбирским» имперским прошлым и буржуазным настоящим. На уровне обыденности эти два компонента прочно вошли в политико-культурное пространство региона.

На концептуальном уровне для преодоления этого дуализма проработана и предложена новая периодизация истории региона для XX века. Периодизация расставляет смысловые акценты и решает на теоретическом уровне проблему двойственности симбирского-ульяновского наследия, представляя этапы развития края в XX веке именно как промышленной и прогрессивной территории с опорой на 1943 г. – год воссоздания субъектности области. С прикладной точки зрения такая логика выстраивания региональной (областной) самоидентификации населения, путём осознания себя жителем именно Ульяновской области, позволяет объединить все официальные слоганы и бренды региона на всех этапах его истории. Потому этот же подход использован для периодизации дореволюционной истории и трансляции её в общественное пространство именно как истории формирования субъектности и самостоятельности региона. Одновременно преодоление временного разрыва осуществляется посредством вычленения сущностных процессов, наиболее значимых традиций, важнейших элементов экономического и социального поступательного развития региона, которые демонстрируют естественный процесс движения края вперёд без замалчивания негативных процессов и факторов.

2) Разрыв пространственный.

Фундаментальная оппозиция Волга – Сура. Или же частное, свойственное областному центру: Свияга – Волга, Правобережье и Заволжье. Это не только ментальное различие. Это и физическое разделение, когда обычные граждане годами, исключая, может быть, праздники, не пересекают Волгу с целью посещения противоположного района города.

Что сделано на концептуальном уровне: Проведена работа по научно-исторической интеграции региона. Пока речь идёт о включении в ментальное пространство населения области Сурского субрегиона, а также Заволжья,

которое традиционно оставалось вне фокуса внимания ульяновских исследователей. Нужно иметь в виду почти столетнее пребывание Заволжья (кроме нескольких слобод) в территориально-административных границах Самарской губернии/Куйбышевской области (1851-1943 гг.). До сих пор эта ориентация на Самару, проявляется, к примеру, в личных образовательных стратегиях у димитровградцев.

Силами НИИ реализован проект публикации источника по западной части области эпохи русской колонизации края («Писцовая книга Карсунского уезда»). Переключение мелекесско/димитровградской идентичности на симбирскую/ульяновскую также должно осуществляться не только социально-экономическими методами (например, через создание большой агломерации), но и историко-культурными инструментами. Так, подготовка сборника документов по Заволжью на материалах Российского государственного архива древних актов (Москва) условно до 1851 г. – времени пребывания его в орбите Симбирска – должна сама по себе помочь восстановить эту традицию исторической преемственности, и, одновременно, станет неременным условием для следующего шага – написания связных текстов о едином прошлом, а значит выстраивания общего настоящего и проектирования общего будущего.

3. Полиэтничность и поликонфессиональность региона.

Анализ ситуации. Этническая региональная идентичность часто оказывается более сильной, чем идентичность территориальная. Особо это справедливо при соединении этнической идентичности с конфессиональной. Однако для Ульяновской области успешная долгосрочная региональная/локальная идентичность возможна только как полиэтническая.

Полиэтничность и поликонфессиональность населения нашей области в условиях соседства с национальными республиками с более сильным этническим компонентом в ряде аспектов способствуют ослаблению ульяновской территориальной идентичности. Весьма проблематично и выстраивание региональной идентичности на православной основе. Поэтому в этой деятельности рационален выбор в пользу современного светского (и конституционного) фундамента. При этом важно учитывать то, что эти потенциально конфликтные составляющие одновременно являются и самым сильным базовым фактором привлекательности нашей области как территории комфортного проживания людей разных культур.

4) Противоречия соразмерности и содержания между общероссийской, региональной и локальными идентичностями.

Для анализа ситуации и поиска возможного концептуального решения этого противоречия целесообразно использовать проблемное поле, уже осмысленное в европейском и российском опыте. Чтобы понять, насколько сильна в том или ином регионе собственная, а не только общероссийская идентичность, следует ответить на три вопроса:

- осознаётся ли регион его жителями как пространство выделенное и маркированное?

- вызывает ли это осознание эмоциональную реакцию?
- используются ли осознание этой реальности и реакция на него для солидарного действия, направленного на достижение целей, замыкающихся на регионе?

Среди индикаторов текущего состояния прежде всего требуется выявление неформальных имён и метафор, на которых должен базироваться создаваемый образ области в географическом и историческом символическом пространстве. В конечном счёте, это взгляд на регион извне, признание за регионом самобытности со стороны внешнего наблюдателя.

Примерами таких целостных образов регионов служат следующие: природный – «Карелия – озёрный край» или «край лесов и озёр», техногенный – «Урал – индустриальный хребет России».

Применительно к Ульяновской области её прежний советский цельный символ — «город на Волге – родина В. И. Ленина» — отвечал, казалось, всем требованиям. С одной стороны, локализация в сердце страны (через Волгу), а с другой – одно из главных мест в идейно-символическом советском пространстве. Однако, в современных условиях он не всегда служит исчерпывающим образом-символом. Представляется, что есть смысл дополнить его таким природным символом, в котором используется образ великой реки Волги. Исходя из того, что на территории Ульяновской области находится географический центр реки Волги, целесообразно сформулировать и транслировать в публичное пространство слоган «Ульяновская область – сердце Волги».

Для эмоционального усиления, как вариант, можно рассмотреть возможность формулировки данного слогана с использованием древнего именованя реки как Ра, как «Ульяновская область – сердце Волги-Ра». Этот вариант с необходимостью будет затрагивать архетипические смыслы не только у российских граждан, но и у многих зарубежных туристов.

Волжская тематика издавна присутствует в областном пространстве на разных уровнях и в разных сферах: футбольный клуб «Волга», стадион «Волга», стадион «Волга-Спорт-Арена», гостиница «Волга», минеральная вода «Волжанка», транспортная компания «Волжский транзит» и т. д. Одним из направлений (инструментом) развития бренда может стать сетевой интернет-проект «Волжская цивилизация» (в формате энциклопедии или сетевого проекта), инициативу которого может и должна взять на себя Ульяновская область. Тем более, что эта работу уже вёл НИИ. Так, в 2016 году институт организовал межрегиональный съезд «Волжские земли истории государства Российского», а в 2017 г. при поддержке гранта РГНФ провёл научную конференцию «Волжская цивилизация».

Помимо метафорических наименований существенными индикаторами особенности территории является наличие товарных «визитных карточек» регионов, которым предопределено стать продуктами массового потребления. Психологически, человек, попавший в регион впервые, нуждается в чём-то особенном, что «породнило» бы его с новой территорией посредством потребительской практики, и что служило бы транслятором

этой самой «особости» в его социальное окружение. Что турист привезёт и чем угостит близких после посещения области – один из маркеров качества работы с брендированием территории.

На данный момент в пределах Поволжья и в европейской части России таковыми товарными брендами у нас является только минеральная вода «Волжанка». Перспективен бренд минеральной воды «Ульянка», а вот товары из симбирцита не являются продуктом массового спроса, они скорее относятся к VIP-сувенирам. Бренд «УАЗ» узнаваем и перспективен, но пока проблематичен из-за технологической ограниченности. В Ульяновске по пути брендинга продуктов массового потребления идёт сеть магазинов «Булочная «№ 1». Стартом стало появление упаковки с символикой Чемпионата мира по хоккею с мячом и с видом города (2016).

Существуют также более частные (локальные), но перспективные символы: это «Солнечный орёл», «Сенгилеевские горы», уже названный «Симбирцит», перспективный – «Ундория» и т.д.

5) Межпоколенческий разрыв.

Анализ ситуации и возможное концептуальное решение. Существуют глубокий ценностный разрыв между родителями – поколением 1990-х годов – во многом с асоциальными жизненными установками и стереотипами поведения; их детьми, которых в рамках образовательных институтов стремятся воспитывать в классических традициях; и родителями родителей – во многом ещё с актуализированным набором ценностных ориентиров из советского прошлого.

Этот межпоколенческий разрыв в проблематике региональной идентичности усугубляется распространённой практикой современного «отходничества» – работы вахтовым методом, другими формами временной миграции.

б) Неблагоприятная возрастная структура населения.

С 1967 года Ульяновск стал местом общесоюзной стройки: сначала программа реконструкции Ульяновска в связи со столетием со дня рождения Ленина, затем строительство УАПК. В результате регион резко «помолодел», значительная часть приезжей молодёжи, получив квартиры, осталась здесь жить. Принадлежность Ульяновской области в начале переходного периода к так называемому «Красному поясу» с широкой программой социальной поддержки населения также привлекала в регион население, но уже в основном старших возрастных когорт. Неоднозначно влияла на ситуацию традиционная брачная практика в г. Ульяновске, когда курсанты трёх военных училищ брали в жёны местных девушек. Сокращение вооружённых сил и падение престижа воинских профессий в 1990-е гг. привело к массовому возвращению в город и область военных пенсионеров с семьями. С одной стороны, это компенсировало отток населения из региона, но с другой – привело к существенному перекосу в возрастной структуре населения, так как приезжали люди пенсионного и предпенсионного

возрастов, а уезжала молодёжь. Это в скором времени сказалось на снижении рождаемости, а затем привело и к абсолютному сокращению населения.

6. РЕГИОНАЛЬНАЯ И МЕСТНЫЕ ИДЕНТИЧНОСТИ: БАЗОВЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ДЛЯ СИМВОЛИЧЕСКОГО МЕНЕДЖМЕНТА В УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

В настоящее время выделены четыре ключевых элемента историко-культурной идентичности края, которые в полной мере подкреплены исследовательскими данными и имеют научную доказательную базу:

- Ульяновская область – место древнейшего обитания племён и этносов, территория, где впервые в истории нашей страны возникло первое автохтонное государство (Волжская Булгария). Именно Симбирский-Ульяновский край во все обозримые века российской истории был и оставался одним из ключевых регионов России в аграрном и военном отношениях. А XX и XXI века сделали его таковым в промышленном и научно-производственном смысле.

- Здесь впервые в Среднем Поволжье произошёл переход к оседлому земледелию. Традиции Вольного экономического общества, «культурных усадеб» времён аграрных реформ конца XIX–начала XX вв., научной и практической деятельности Ульяновского НИИСХ и УлГАУ – всё это позволяет позиционировать регион как традиционно аграрный, земледельческий, преодолевая стереотипы «голодного Поволжья». В настоящее время наша область входит в число 15 субъектов РФ, в каждом из которых практически ежегодно собирается более одного миллиона тонн зерна.

- Симбиряне-ульяновцы проявили высокий патриотизм, упорство и мужество в разные эпохи при защите Отечества, обеспечении страны военными кадрами, оружием, товарами и продовольствием.

- Ведущие современные промышленные предприятия Ульяновской области находятся в авангарде научно-технического прогресса. Сегодня Ульяновская область входит в десятку регионов, лидирующих по привлечённым инвестициям и в число считанных регионов России, где на протяжении последних пятнадцати лет годовой индекс промышленного производства ни разу не опускался ниже предыдущего года. Современный индустриальный потенциал региона имеет крепкую историческую основу. Важным подтверждением данного тезиса служит открытие археологов на территории т. н. Ундории (междуречье Волги и Свияги, что севернее современного Ульяновска) крупного межрегионального металлургического центра на базе местных сидеритовых руд – центра, существовавшего в первом тысячелетии – начале второго тысячелетия н.э.

- Территория региона ещё со времён великого переселения народов являлась зоной постоянных культурных контактов, площадкой взаимодействия разных хозяйственных практик.

- Население Симбирского-Ульяновского края исторически отличается государственническими взглядами и высоким патриотизмом, тяготеет к консерватизму и основательности, отличается тягой к образованию и культуре.

- Симбирская губерния-Ульяновская область давала и постоянно даёт Отечеству большое количество выдающихся деятелей культуры и науки, высших руководителей, славится талантами и трудолюбием людей.

- Важнейшим фактором является исконная полиэтничность региона, органично сформированные на этой основе традиции и механизмы сотрудничества и дружбы.

Эти элементы напрямую работают на демонстрацию успешного синтеза принципов консерватизма и прогрессизма в развитии региона. Это добротная фактологическая основа сразу нескольких, уже имеющих, слоганов и брендов: «Ульяновская область – опора души и державы», «Ульяновская область – умный регион», «Ульяновская область – родина талантов», «Ульяновская область – на взлёт», «Ульяновск – авиационная столица», «Ульяновск – культурная столица», то есть образов Ульяновской области и её столицы как территории возможностей – конкурентоспособной, инновационной, открытой новому, комфортной и престижной для жизни и работы ульяновцев и столь же привлекательной для туристов.

7. ПРЕДЛОЖЕНИЯ ДЛЯ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДАЛЬНЕЙШЕЙ РАБОТЫ ПО СОХРАНЕНИЮ И РАЗВИТИЮ РЕГИОНАЛЬНОЙ И МЕСТНЫХ ИДЕНТИЧНОСТЕЙ НАСЕЛЕНИЯ УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Для реализации Концепции необходимо сделать следующие шаги:

1) На основе одобренной после широкого общественного обсуждения Концепции разработать Программу сохранения и развития региональной и локальных идентичностей населения Ульяновской области. После экспертной оценки Программы она должна получить статус законодательной инициативы.

2) Создать рабочую группу для разработки программы из числа экспертов и специалистов следующих профильных министерств, ведомств, организаций:

- министерств образования и науки; искусства и культурной политики; молодёжного развития; развития конкуренции и экономики; здравоохранения, семьи и социального благополучия; ведомства по развитию человеческого потенциала и трудовых ресурсов;

- муниципальных образований;

- общественных и политических организаций;

- членов общественных палат разных уровней;

- представителей активных общественных объединений и организаций (родительских, женских, ветеранских, молодёжных, экологических, предпринимательских, спортивных, национальных, религиозных);

- представителей средств массовой информации: редакторов местных газет, администраторов форумов и сайтов в сети Интернет, журналистов;
- учёных и преподавателей вузов;
- краеведов, местных поэтов, литераторов, художников и дизайнеров, фотографов, авторов видео;
- представителей педагогического сообщества: учителей истории и обществознания, учителей русского языка и литературы, учителей географии и биологии, организаторов воспитательной работы в учреждениях образования, педагогов и мастеров учреждений профобразования, педагогов дополнительного образования;
- работников учреждений культуры.

3) Рекомендовать включить краеведение в школьную образовательную программу в объёме не менее двух часов в неделю в урочной (за счёт регионального компонента) или во внеурочной форме на основе новых учебно-методических комплексов по истории, литературе и географии.

4) Разработать практикумы с примерами ответов на наиболее важные и сложные вопросы с использованием регионального материала в формате заданий ОГЭ и ЕГЭ.

5) Проработать возможные варианты применения направлений символического менеджмента в регионе.

Симбирский – Ульяновский край имеет все шансы успешно разрабатывать три направления:

- природный бренд – **«Ульяновская область – сердце Волги-Ра»**. Основными направлениями его разработки должны стать подготовка и издание в сотрудничестве со всеми приволжскими регионами и федеральным центром «Волжской энциклопедии», цикла фильмов (а также книг) с рабочим названием «Сердце Волжской цивилизации». Возможна реализация в Ульяновске проекта «Хранитель Волги»;

- социально-политический, связанный с историей региона и его богатейшим музейно-выставочным потенциалом. Его воплощением может стать осмысление советского наследия в рамках реализации проекта **«Музея СССР»** к 100-летию образования СССР в 2022 году. Центральным смысловым ядром его выступит фигура В.И. Ленина – основателя Советского государства.

Как дополнительный туристический бренд Ульяновской области и г. Ульяновска мог бы стать проект **«Три века российской истории на ульяновской земле»**. Его элементами могут послужить уже существующие ФГБУК «Государственный историко-мемориальный музей-заповедник “Родина В.И. Ленина”», комплекс музеев и выставочных залов Ульяновской области, будущий комплекс «Музей СССР» и объекты научно-производственной сферы, осуществляющие деятельность на прорывных направлениях современной науки и техники. Соблазн окунуться за три дня в три эпохи истории может быть вполне привлекательным, а в совокупности с рекреационно-оздоровительными возможностями региона – стать ведущим туристическим брендом области. И он бы в полной мере соответствовал и конкретизировал девиз (тоже бренд) области – «Опора души и державы».

• культурный – возможно использование уже сформированных брендов, таких, как «Ульяновск – культурная столица СНГ» (2011), и «Димитровград – культурная столица малых городов России» (2015).

6) Продолжить работу по активизации и поддержке краеведческого сообщества области в работе по исследованию содержательного компонента историко-культурного базиса региональной идентичности и просветительской деятельности через Историко-архивную комиссию области, Союз краеведов Ульяновской области, «Фонд Мелекессь», УО РГО, национальные автономии и другие просветительно-патриотические общественные организации. Запустить сетевые проекты, нацеленные на конструирование региональной и локальных идентичностей.

7) Предусмотреть через целевой конкурс ежегодное финансирование по линии НКО проектов краеведческой тематики, нацеленных на конструирование региональной и локальных идентичностей.

8) Использовать в учреждениях образования Ульяновской области краеведческие знания при изучении истории, обществознания, литературы, русского языка и других национальных языков, биологии, географии, физической культуры, мировой художественной культуры, изобразительного искусства, музыки, трудового воспитания.

9) Использовать маркеры региональной идентичности Ульяновской области и идентичности муниципальных образований для воспитательной работы в образовательных учреждениях (официальных и неофициальных символов, брендов и девизов).

10) Ориентировать профессиональное образование и профориентационную работу среди школьников на экономическую специализацию территорий поселений и районов. На регулярной основе определять перечень приоритетных профессий, нужных для региона, создать для них систему поощрительных стипендий, конкурсов, систем стажировок и т.п.

11) Проработать вопросы создания специальных программ предоставления социального жилья на предприятиях, нуждающихся в рабочих руках. Использовать для этого советский опыт жилищной политики.

12) Популяризовать и поддерживать творчество местных коллективов и авторов, культурных образцов, способных положительно повлиять на местную и региональную идентичность.

13) Выявлять и поддерживать талантливых детей на основе приобщения к культурным ценностям, связанным с краем.

14) Усилить внимание к организации форм досуга и культурного просвещения через формы межэтнического общения, на основе поддержки сохранения и развития национальных культур, традиций, обычаев, обрядов.

15) Формировать и развивать социокультурные центры, в т. ч. Дома дружбы, в населённых пунктах.

16) Поддерживать межрегиональное и международное сотрудничество в разных формах в деле продвижения ульяновских региональной и локальных идентичностей.

17) Сохранять исторически сложившиеся архитектурные и ландшафтные ансамбли, вызывающие положительную эмоциональную привязанность у граждан к месту своего проживания.

18) Оформлять архитектурный облик населённых пунктов в соответствии с лучшими местными традициями. Усилить внимание к использованию литературного русского языка в оформлении вывесок и рекламных материалов.

19) Использовать официальную символику Ульяновской области и муниципальных образований, брендов и девизов в оформлении поселенческой среды и в малых архитектурных формах.

20) Создавать и благоустраивать памятники и места массового и туристического отдыха, создавать и популяризовать туристические бренды.

21) Формировать туристические программы и маршруты на территории поселений, районов и области.

22) Сохранять и создавать новые места и события туристического посещения.

23) Поддерживать малый бизнес в сферах туризма, традиционных промыслов, ремёсел, сельского хозяйства, творческих индустрий.

24) Поддерживать местные семейные династии, изучение генеалогии и истории местных фамилий.

25) Ориентировать средства массовой информации на популяризацию сведений о прошлом региона, о его потенциале, популяризацию историй успеха сред молодёжи.

26) Формировать в массовом сознании представления о групповой конкуренции жителей региона с жителями других регионов и стран, и взаимозависимости успехов одних граждан от успеха других.

27) Создавать в области и муниципальных образованиях советы по формированию региональной и локальной идентичности.

8. ОЖИДАЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ РЕАЛИЗАЦИИ КОНЦЕПЦИИ

Представленная Концепция должна послужить основой для разработки соответствующей программы, которую целесообразно облечь в форму законодательной инициативы. Разработка концепции и программы формирования региональной и локальных идентичностей населения Ульяновской области должна определить направления, формы и методы работы органов государственной власти и муниципальных органов управления, учреждений социального блока, общественности, средств массовой информации и иных акторов в указанной сфере.

Региональная идентичность формируется под воздействием объективных и субъективных факторов, что создаёт определённые трудности

в измерении эффективности управляющего воздействия. Такие важные условия как экономическое состояние региона, экологическая обстановка, социальное развитие и т.д., которые серьёзно влияют на восприятие региона его жителями, являются по отношению к Концепции внешними и объективными.

В качестве показателей региональной и локальных идентичностей объективного рода можно использовать демографические индикаторы (рождаемость, смертность, ожидаемая средняя продолжительность жизни, структура и динамика миграции), а также уровень знаний краеведческого компонента. Возможен учёт соотношения иммиграции и эмиграции в регионе, а также их структуры, показателей политической активности.

Ключевым в оценке эффективности реализации концепции и, в перспективе, программы является субъективный уровень восприятия, то есть субъективный компонент региональной идентичности. Здесь интересным может оказаться опыт оценки населением положения дел в регионе. При помощи социологического инструментария может быть оценён результат реализации программы развития региональной идентичности в нескольких сегментах:

- 1) Когнитивный – уровень знаний о регионе, его особенностях, достижениях и преимуществах;
- 2) Ценностный – позитивная или негативная оценка своей принадлежности к населению региона;
- 3) Поведенческий – готовность действовать в интересах региональной общности.

Разделение большинством населения Ульяновской области базовых ценностей региональной культуры будет способствовать формированию социальной сплоченности, чувства гордости за свой регион.

Реализация политики конструирования региональной и локальных идентичностей населения Ульяновской области позволит сформировать новую гражданско-территориальную солидарность жителей региона, улучшить образ области с точки зрения социокультурной и инвестиционной привлекательности.

Символический менеджмент, связанный с брендингом региона, позволит создать узнаваемые бренды региона как в региональном, так и в федеральном масштабе.

Развитая региональная идентичность позволит решить проблему миграции молодежи и активного трудоспособного населения Ульяновской области.

9. ТЕРМИНЫ

Актор – действующий субъект (индивидуальный или коллективный); индивид, социальная группа, организация, институт, общность людей, совершающих действия, направленные на других. Например, государство

является главным политическим актором на поле политики и ведущим социальным актором в обществе.

Возрастная группа (когорта) – одна из разновидностей условной большой группы людей, объединяемых по признаку возраста. В соответствии с возрастной периодизацией выделяются группы дошкольников, младших школьников, подростков, старшеклассников, молодёжи, групп среднего возраста, зрелого возраста и т. д.

Идентичность – определённая устойчивость социокультурных, национальных и цивилизационных параметров, создающих социальное единство и ощущение самостождественности у народа, позволяющая сохранить преемственность, и которая оказывается источником целостности и развития, определяет поведение людей; целостность системы социокультурных характеристик общности. Она включает в себя нормы, ценности, идеалы, предпочтения и ожидания, права и обязанности индивидов, реализующиеся в социокультурных ролях и статусах, а также связи и отношения, возникающие в процессе общей для всех этих членов общности деятельности.

Идентичность гражданская – осознание собственной причастности к сообществу граждан определённого государства. Она является фактором, консолидирующим массовое сознание вокруг интересов страны, поэтому высокая степень выраженности данного компонента является залогом политической и духовной консолидации и единства общенациональной общности.

Идентичность локальная – идентификация человека (группы) с местным сообществом, тесно переплетённая с представлениями и чувством любви к своей малой родине, местом рождения и/или местом жительства, с близкими людьми, друзьями и коллегами по работе.

Идентичность общероссийская – отождествление себя с гражданами всей страны и государственно-территориальным пространством России.

Идентичность политическая – совокупность наиболее значимых политических ориентаций, которые во многом определяют политическое поведение и политические установки человека; совокупность нормативных представлений или принципов, на основе которых государство оценивается своими гражданами как политическое сообщество, и которые служат основанием осознания себя гражданами страны как общности.

Идентичность региональная – служит основой для особого восприятия общенациональных политических проблем и складывается на основе

общности территории, особенностей региональной жизни, определённой системы ценностей. В структуре региональной идентификации присутствуют два основных компонента – знания, представления об особенностях собственной «территориальной» группы (социокогнитивный элемент) и осознания себя её членом и оценка качеств собственной территории, значимость её в мировой и локальной системе координат.

Идентичность социальная – осознанное принятие индивидом культурных норм и образцов поведения, ценностных ориентаций и языка, понимания своего Я с позиций тех культурных характеристик, которые приняты в обществе или группе, формирующей ценностное отношение человека к самому себе, другим людям, обществу и миру в целом.

Идентичность этническая – разновидность социальной идентичности личности; она выражает осознанную принадлежность личности к определённой этнической общности как результат когнитивно/эмоционального процесса осознания себя представителем определённого этноса на основе отождествления с ним и дифференциации от других этносов.

Историческая память – разновидность коллективного массового сознания, которая являет собой своеобразный ответ сознания граждан, подверженных влиянию глобальных унификаций, на угрозу дискредитации того положительного исторического опыта своего государства, своей этнической группы, своей малой родины и т.п., к которому они апеллируют в процедурах построения идентичностей.

Краеведение – комплексное научно-исследовательское изучение природы, населения, хозяйства, истории и культуры определённой территории и популяризация знаний о ней.

Краеведческое просвещение – деятельность, направленная на распространение и пропаганду краеведческих знаний.

Консолидация социальная – солидаризация вокруг общих ценностей, целей совместной деятельности, общей идентичности, моральных обязанностей, основанных на понимании справедливости, а также как совместная ответственность за состояние «дел в стране».

Молодёжь – особая социально-возрастная группа, отличающаяся возрастными рамками и своим статусом в обществе: переходная когорта от детства и юности к социальной ответственности. Возрастные рамки, позволяющие относить людей к молодёжи, различаются в зависимости от конкретной страны. Нижняя возрастная граница молодёжи устанавливается

между 14 и 16, верхняя — между 25 и 30 годами (а иногда даже позже). Некоторыми исследователями молодёжь понимается как совокупность молодых людей, которым общество предоставляет возможность социального становления, обеспечивая их льготами, но ограничивая в возможности активного участия в определённых сферах жизни общества.

Национальная культура – это совокупность символов, верований, убеждений, ценностей, норм образцов поведения, которые характеризуют духовную жизнь человеческого сообщества в той или иной стране, государстве. В государстве однородном в лингвистическом и этническом отношениях может быть одна национальная культура. Однако в большинстве стран земного шара имеется несколько национальных культур. Как правило, в таких странах можно выделить культуру большинства населения и национальных меньшинств, между которыми устанавливаются либо отношения диалога, либо культурных конфликтов.

Полиэтничность – присутствие в одном регионе (территории) большого количества различных этносов.

Поликонфессиональность – присутствие в одном регионе (территории) последователей разных религий.

Развитое региональное самосознание – чёткое осознание индивидами и группами своего единства и отличий от членов других общностей.

Толерантность – социологический термин, обозначающий терпимость к иному мировоззрению, образу жизни, поведению, обычаям. Толерантность не равносильна безразличию. Она не означает также принятия иного мировоззрения или образа жизни, она заключается в предоставлении другим права жить в соответствии с их собственным мировоззрением.

Этническая культура – это культура людей, связанных между собой общностью происхождения (кровным родством) и совместно осуществляемой хозяйственной деятельностью. Это так сказать, единство «крови и почвы», что и объясняет почему она меняется от одной местности к другой. Местная ограниченность, жёсткая локализация, обособление в сравнительно узком социальном пространстве (племя, община, этническая группа) — одна из основных черт этой культуры. В ней господствует сила традиции, привычки, вековых обычаев, передающихся из поколения к поколению на семейном или соседском уровне.

Этнос – исторически сложившаяся общность людей (племя, народность, нация), имеющая социальную целостность и своеобразно-индивидуальный стереотип поведения.