

Трехсотлетие Перми как элемент политики идентичности

М.В. Назукина

*Институт гуманитарных исследований,
Пермский федеральный исследовательский центр
Уральского отделения Российской академии наук
Пермь, Российская Федерация
nazukina@mail.ru*

Резюме. В статье анализируется юбилей региональной столицы как инструмент политики идентичности. Определено, что с точки зрения идентитарного подхода событие такого рода может выступать катализатором рефлексии, благоприятно влиять на вовлеченность жителей в решение городских проблем, интегрировать сообщество. Предложено определение юбилея как символической практики целенаправленного конструирования идентитарных смыслов, обеспечивающих интеграцию городского / регионального сообщества, и решающей задачи позиционирования территории. Определены ключевые содержательные аспекты дискурса юбилея: имиджевый, инфраструктурный и идентитарный. Если первые два аспекта направлены на утилитарный, экономический эффект, повышение известности территории и реальные изменения городского ландшафта, идентитарный ракурс фиксирует смыслы, связанные с рефлексией особенностей сообщества. На примере 300-летнего юбилея Перми проанализирована риторика ключевых акторов политики идентичности. Автор делает вывод о том, что в случае Перми юбилей рассматривался, прежде всего, как инструмент решения имиджевых задач. Повестка конструирования идентичности по отношению к проблеме продвижения занимала подчиненное положение. Юбилей увязывался с возможностью осмысления городской и региональной идентичности, но данное направление не выразилось в широкую общественную дискуссию в среде интеллектуалов.

Ключевые слова: идентичность, политика идентичности, юбилей, бренд города, Пермь.

Для цитирования: Назукина М.В. Трехсотлетие Перми как элемент политики идентичности. *Историческая этнология*. 2024. <https://doi.org/10.22378/he.2024-9-3.413-427>

The tercentenary of Perm as an element of identity politics

M.V. Nazukina

*Institute for Humanities Research,
Perm Federal Research Center of the Ural Branch
of the Russian Academy of Sciences
Perm, Russian Federation
nazukina@mail.ru*

Abstract. The article analyses the anniversary of a regional capital as a tool of identity politics. From the point of view of an identity approach, an event of this kind can act as a catalyst for reflection, have a positive impact on the involvement of residents in solving city problems, and integrate the community. The anniversary is considered as a symbolic practice of purposefully constructing the identity discourse that ensures integration of the urban/regional community and solves the problems of positioning the territory. The key content aspects of the jubilee discourse have been identified: image, infrastructure, and identity. If the first two aspects are aimed at the utilitarian economic effect, reinforcing the popularity of the territory and the real changes in the urban landscape, the identity perspective captures the meanings associated with understanding oneself as a community. Using the example of the 300th anniversary of Perm, the rhetoric of key actors in identity politics has been analysed from the perspective of these aspects. The author concludes that in the case of Perm, the anniversary was considered mainly as a tool for solving image problems. The agenda of constructing identity occupied a subordinate place in relation to the promotion issue. The anniversary was linked to the possibility of understanding urban and regional identity. However, that trend did not translate into a broad public discussion among intellectuals.

Keywords: identity, identity politics, anniversary, city brand, Perm.

For citation: Nazukina M.V. (2024) The tercentenary of Perm as an element of identity politics. *Istoricheskaya etnologiya* [Historical Ethnology]. <https://doi.org/10.22378/he.2024-9-3.413-427> (In Russ.)

Юбилей – это не только празднование с определенным набором действий. Подготовка и проведение приуроченных к праздничным датам мероприятий – важная веха для городского развития, которая позволяет подвести некоторые итоги, определить ориентиры на будущее. Иными словами, это точка рефлексии, которая напрямую связана с ключевыми идентитарными вопросами: «кто мы?», «куда мы идем?». Юбилей, таким образом, является символической практикой политики идентичности. Более того, это стимул для развития: он дает новые возможности для привлечения значительных ресурсов, аккумулируя которые оказывается возможным решить многие вопросы, например, инфраструктурного плана. Как пишет Н.В. Петров: «юбилей города/региона, особенно когда дата круглая, – это то, что способствует привлечению всеобщего внимания и средств, созданию и раскрутке имиджа» (Петров, 2003: 141–142). Круглые даты обычно связываются с такими событиями, как: вхождение региона в состав Российского государства, его образование в качестве самостоятель-

ной административной единицы, основание входящих в его состав городов (особенно столичных). События такого рода дают региональным элитам возможность получить дополнительные финансовые и символические ресурсы (Политика памяти, 2023: 448). Этими обстоятельствами объясняется всплеск различного уровня и масштабности юбилейных празднований. К примеру, за последние годы в России отметили такие громкие юбилеи: трехсотлетие Санкт-Петербурга (2003 г.), тысячелетие Казани (2005 г.), тысячелетие Ярославля (2010 г.), 300-летие Омска (2016 г.), 100-летие Мурманска (2016 г.), 200-летие Грозного (2018 г.), 800-летие Нижнего Новгорода (2021 г.), 300-летие Перми и Екатеринбурга (2023 г.).

В 2023 г. масштабное юбилейное празднование трехсотлетия прошло в городе Перми. Старт организации юбилея был положен в 2018 г.¹ Его программа состояла из 243 событий в сфере культуры, спорта и других, их зрителями и участниками выступили 6 млн. человек. Главным мероприятием стал XI Международный спортивный форум «Россия – спортивная держава» с участием Президента России Владимира Путина, представителей 30 стран². 300-летие Перми явилось катализатором в жизни городского сообщества. Очевидный имиджевый эффект от мероприятия фиксируется фразой «Пермь широко отпраздновала 300-летие», ставшей наиболее часто встречающейся в СМИ по отношению к юбилею. Случай Пермского юбилея, таким образом, явил собой успешный пример внешних эффектов от празднования. Вместе с тем события такого масштаба не могут не оказывать влияние на внутреннее конструирование идентичности. Значение праздничных дат велико в силу эмоционально-психологической составляющей, благодаря чему становится возможным ощутить коллективность: «В празднике всегда заключено нечто возвышающее, что извлекает из обыденности тех, кто в нем участвует, и поднимает всех до некой всеохватывающей общности» (Гадамер, 1991: 151). Это актуализирует изучение вопроса о том, как 300-летие связывалось с региональной и городской идентичностью. В данной статье сквозь призму понимания юбилея как символической практики осуществления политики идентичности предпринимается попытка ответа на данный вопрос.

Юбилеи в политике идентичности городов и регионов

О.Ю. Малинова определяет юбилеи региональных столиц как «эпизоды символической политики», под которой автор понимает деятельность, «связанную с производством, продвижением и соперничеством различных способов

¹ Указ Президента Российской Федерации от 10.07.2018 г. № 411 «О праздновании 300-летия основания г. Перми». URL: <http://www.kremlin.ru/acts/bank/43301> (дата обращения: 11.03.2024).

² Региональный оргкомитет «Пермь-300» подвел итоги юбилея // Коммерсант. Прикамье. 27 января 2024 г. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6477829> (дата обращения: 11.03.2024).

интерпретации социальной реальности и борьбу за их доминирование в публичном пространстве» (Малинова, 2017: 655). Символическая политика осуществляется в публичной сфере, поэтому ее изучение должно быть направлено на среду, в которой происходит конкуренция разных способов интерпретации социальной реальности, а также на особенности стратегий акторов, участвующих в данных практиках.

Поскольку символические действия связаны с транслированием определенных смыслов понимания реальности, они неизбежно приводят к столкновению позиций. В этом проявляется политический компонент, определяющий борьбу за «картину мира». Речь при этом может идти не только о конструировании политической реальности, но и касаться вопросов оформления сообществ и их идентичности, что позволяет рассматривать символические действия как составляющую политики идентичности. Учитывая понимание идентичности как ресурса развития сообществ (Семененко, 2023: 11), обращение к указанным практикам приобретают большую актуальность.

К символическим измерениям политики идентичности можно отнести: символические атрибуты сообщества, топонимику и другие наименования, героический пантеон, монументы, памятники, культурный ландшафт и др. В целом, все символические средства представляет собой особый ресурс, «позволяющий конструировать единое сообщество, легитимировать существующий порядок вещей и мобилизовать граждан на совместные действия посредством формирования чувства общности и важных для всех политических задач» (Ги-гаури, 2015: 85).

Разнообразные ритуальные практики (к которым относятся празднования значимых дат) также связаны с символическим измерением политики идентичности. Немецкий историк Я. Ассман отмечает связь символической политики и идентичности, осуществляемую посредством праздника: «Праздники и обряды в регулярности своего повторения обеспечивают передачу и распространение знания, закрепляющего идентичность и тем самым воспроизведение культурной идентичности» (Ассман, 2004: 60).

Исследование праздника как части культуры доминирует в исследовательской литературе. Например, Л.Н. Лазарева рассматривает праздник как знак (Лазарева, 2010), а В.Е. Солдаткин считает праздник особой духовно-практической деятельностью, механизмом сохранения традиций (Солдаткин, 2011: 125). В основе этой деятельности лежит массовая сопричастность к событию. Однако помимо культурологического, выделяется также и инструментальный смысл юбилейных событий. А.Г. Евтушенко пишет: «Юбилей в России – не просто торжество и сохранение исторической памяти народа. Это важный инструмент функционирования региональных экономик» (Евтушенко, 2012: 91), – имея здесь в виду возможности для привлечения финансов в территорию, развитие бизнес-проектов и, в принципе, эффект позитивной известности. Это также связывается с вопросами использования технологий территориального брендинга через организацию юбилейных событий (Избушева, 2015).

Важность продвижения юбилея обуславливает интенсивное развитие его имиджевой компоненты. В этом смысле юбилей как мегапроект относится к символическим проектам с интенсивным использованием символизма в целях создания и укрепления ценностных основ развития, актуализации или уничтожения прошлого, овеществления героев (Rego et al., 2017: 17). Такой ракурс позволяет рассматривать юбилеи в контексте понятия «значимых событий». Юбилеи как мегасобытия способствуют развитию на территории региона инфраструктуры, туризма, активизации предпринимательской деятельности и привлечению инвестиций (Назукина, Старцева, 2023). Так, исследователи отмечают, что проходившее в 2005 г. 1000-летие Казани, дало «старт» событийной логике регионального развития (Макарова, 2019: 19).

В.Н. Ефремова определяет праздник как «комплекс относительно стабильных и устойчивых во времени, постоянно воспроизводящихся дискурсивных практик и политических взаимодействий вокруг символического события или даты» (Ефремова, 2011: 53). Праздники, возведенные на уровне политики в статус официальных, являются инструментом работы с коллективной памятью. В этом смысле они репрезентируют важные, значимые события, поэтому обладают мобилизационным потенциалом и с учетом политической повестки способны трансформироваться и корректироваться на нормативном уровне. Таким образом, праздник связан с культурной памятью, следовательно при праздновании вспоминаются те или иные герои, события истории. Определенный тип репрезентации прошлого находит свое отражение в особых практиках коммеморации.

Интерес к внутренним аспектам конструирования сообщества позволяет определить юбилей как коммеморативную практику. В таком аспекте пишут, например, исследователи О.О. Дмитриева, Т.Н. Иванова, Е.К. Минеева, сравнивающие празднование 1000-летия российской государственности, 100-летия Отечественной войны 1812 г. и 300-летия царствования дома Романовых в Российской империи. Они понимают юбилей как особый символический способ конструирования общественного сознания и формирования национальной идентичности, обусловленный целенаправленным процессом актуализации исторической памяти о конкретном событии или исторической личности (Дмитриева и др., 2020). Применительно к юбилеям городов имеет смысл говорить о ритуальной практике целенаправленного конструирования идентитарных смыслов, обеспечивающих интеграцию городского / регионального сообщества.

Основным актором символической политики является государство. Политическая элита транслирует символы, которые выражают смысл и задают определенное направление для понимания социальной реальности населением. В число акторов также включают организации и группы, связанные с конструированием коллективных идентичностей: гражданское общество, политические партии, армию, церковь, неправительственные организации, разного рода эко-

номических акторов, СМИ. Кроме того, заслуживает внимания понятие «символических элит» Т.А. ван Дейка. Автор исследования «Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации» пишет, что способ производства артикуляции контролируется группами, которые он обозначает термином «символические элиты». К ним он относит журналистов, писателей, художников, режиссеров, академиков и другие группы, реализующие власть на основе «символического капитала»: «символические элиты играют важную роль в идеологическом обеспечении системы осуществления или поддержки власти в современном информационном и коммуникативном обществе» (Дейк, 2013: 51–52). К символическим элитам также относят лидеров общественных организаций, культурных референтов и популярных блогеров (Сукало, 2014: 6).

Основная опасность политики идентичности заключается в возможности негативного искажения идентичности, а также в конфликтах вокруг понимания тех или иных смыслов. А.В. Дахин отмечает такие факторы, как «столкновение интересов уникальности места в пространстве конкретного исторического города и унитарности политики региональных властей» (Дахин, 2006: 1–2). Именно подобный эффект имел место в политике идентичности Пермского края, известный как Пермская культурная революция³. Привнесенные идеи трудно приживались в региональном сообществе. Данный опыт был учтен в реализации масштабного юбилейного проекта. Статья не ставит целью рассмотрение хронологии событий юбилея. Речь идет об изучении смысловых практик или дискурса о юбилее как символического проекта. Изучение транслируемых смыслов определяет задействованные в работе данные.

Поскольку юбилеи формируют определенный идентитарный дискурс источниками исследования стали интервью с акторами политики идентичности, опубликованные в различных изданиях (n=14) и проведенные автором (n=10) в течение 2022–2023 гг.⁴, а также материалы СМИ, содержащие комментарии экспертов и организаторов юбилея. Интерес представляла позиция главы региона, членов Оргкомитета и проектного офиса «Пермь-300», который был создан в 2018 г., для координации работы городских, краевых и федеральных властей, а также для обеспечения реализации решений федерального и регионального оргкомитетов в процессе подготовки празднования юбилея.

³ Пермская культурная революция – культурный проект, реализованный в Пермском крае, состоявший из нескольких последовательных событий в 2008–2012 гг. См., например: Жилиева Я. Великая пермская революция: как чиновники, бизнесмены и культурные деятели меняли Пермь – и что из этого вышло // Forbes Life. 09 октября 2019 г. URL: <https://www.forbes.ru/forbeslife/384673-velikaya-permskaya-revolyuciya-kak-chinovniki-biznesmeny-i-kulturnye-deyateli> (дата обращения: 11.03.2024).

⁴ Автор выражает благодарность выпускнику кафедры политических наук ПГНИУ 2023 г. А.П. Малинину за помощь в проведении экспертных интервью. Экспертные интервью были даны на условиях анонимности, поэтому ссылки на них приводятся зашифрованно.

Рассказать о Перми или понять «кто есть мы»?

Для достижения цели работы выделено несколько ключевых позиций, которые позволяют интерпретировать символические аспекты юбилейных практик. При этом в исследовании была задействована теория критического дискурса-анализа. В основу легло понимание дискурса как коммуникативного ресурса, который формирует определенный способ доминирования и контроля в обществе. В рамках социокультурного подхода Н. Фэркло подчеркивается взаимосвязь дискурсов и социальных практик, их взаимная обусловленность. Это позволяет интерпретировать артикулируемые смыслы в качестве формирующих реальность и устанавливать их как доминанты. Для выделения доминант были определены ключевые дискурсы юбилея, представляющие его символические грани.

Первая составляющая была обозначена как имиджевая. Это измерение – оценка, связанная с ответом на вопрос, а зачем нужен юбилей, какие ресурсы развития он дает городу и региону. В риторике здесь оказывается важным именно утилитарный смысл: задачи информационного продвижения города, формирования благоприятного имиджа, привлечения в город туристов и инвесторов. С этим аспектом связано инфраструктурное содержание – реальные изменения ландшафта, различные проекты, преобразующие город: по благоустройству территорий, строительству новых объектов, дорог и пр.

Третье измерение отражает направленность вовнутрь и может фиксироваться через идентитарные сюжеты: уникальности и специфики города, его особенностей и рефлексии о них, понимание региональной и городской истории (коммеморативная практика). Сюда же стоит отнести и брендинг места, связанный с формированием не столько визуального решения юбилея (логотип, слоган, рекламная продукция), сколько с его идейной основой (отражения в них идентичности города).

Предваряя анализ дискурса, стоит обозначить, что одной из особенностей юбилейной подготовки стала организация проектного офиса «Пермь-300». Указанное обстоятельство представляет интерес в силу того, что руководство проектом было возложено на московских управленцев. Данный контекст воспроизводил риторику Пермского культурного проекта в части критики: «Когда его делают люди, которые приезжают, он не становится пермским» (ПМА 2023: 1). Кроме того, команды менялись, и это приводило к изменениям в решениях: «Когда идёт смена команды, то соответственно идёт смена некой парадигмы, вектора движения. И это всегда вредит проекту» (ПМА, 2023: 2).

Хотя тема варягов присутствовала в информационной повестке, в отличие от Пермского культурного проекта попытались учесть ошибки в части стратегии работы с контекстом. В интервью экспертами подчеркивается проведение работы по изучению специфики города и его идентичности: «Мы искали уникальность, идентичность Перми, знакомились с разными людьми, многое про-

читали, чтобы найти что-то особенное»⁵. Однако, не смотря на данное обстоятельство, идентитарный дискурс не занял первостепенное место в аргументации юбилея.

Заместитель председателя Правительства РФ, глава федерального оргкомитета «Пермь-300» Дмитрий Чернышенко отмечал, что юбилей Перми прошёл на достойном уровне: «Великолепный слоган “Пермь-300. Всё реально” на 100% себя оправдывает. Подготовка к 300-летию сработала мощнейшим катализатором ускорения проектов, некоторые из них совершенно отважные с точки зрения принятия решений»⁶. Такая повестка определяла юбилейный повод как точку – катализатор для выстраивания стратегии развития: «Пермь вынуждена соответствовать этой юбилейной дате и отчасти “выходить из берегов”. По мне это некий укол адреналина. Это положительный момент. Это событие заставит Пермь постоянно подтягиваться и выходить из того ряда» (ПМА, 2023: 3). Поэтому значимый вес в аргументации приобрел взгляд на юбилей как на возможность решения задач настоящего и будущего: «Мне кажется, неправильно воспринимать юбилей как конечную точку пути. Это, безусловно, очень хороший инструмент, но многие проекты лишь стартуют с юбилея. Благодаря юбилею на них обратили внимание»⁷. Кроме того, юбилей рассматривался как то, что дает городу дополнительные финансовые ресурсы: «Юбилей – это всегда возможность заявить о себе. В том числе получить дополнительное финансирование, ведь финансовый вопрос всегда здесь важен» (ПМА, 2023: 4).

Задача информационного продвижения стала доминантой проекта «Пермь-300». Заместитель председателя оргкомитета «Пермь-300» Наталья Галкина в интервью отмечала: «Мы пришли, чтобы рассказать о Перми на федеральном уровне, чтобы о городе узнали по всей России, и чтобы в Пермский край приезжали туристы из дальних регионов, потому что этот город уникальный, многослойный, неизученный туристами. Поэтому наша первая задача – услышать этот город; даже не город, а весь регион»⁸. Это соотносится с имиджевой зада-

⁵ Баталина Ю. «Мы пришли, чтобы рассказать о Перми на федеральном уровне» Заместитель председателя оргкомитета «Пермь-300» Наталья Галкина и руководитель событийной линейки Мария Кубланова – о том, как формируется программа юбилейных событий 2023 года // Новый компаньон. 26 июля 2022 г. URL: <https://www.newsko.ru/articles/nk-7329917.html> (дата обращения: 11.03.2024).

⁶ Представители оргкомитета «Пермь-300» утвердили новый слоган Пермского края в Год Семьи. URL: https://vk.com/wall-53996196_26162 (дата обращения: 11.03.2024).

⁷ Баталина Ю. «Я не из тех, кто приходит и отменяет всё, что было до того». И. о. министра культуры Прикамья Алла Платонова – о работе в новом статусе и подготовке к 300-летию Перми // Новый компаньон. 26 апреля 2022 г. URL: <https://www.newsko.ru/articles/nk-7227115.html> (дата обращения: 11.03.2024).

⁸ Баталина Ю. «Мы пришли, чтобы рассказать о Перми на федеральном уровне». Заместитель председателя оргкомитета «Пермь-300» Наталья Галкина и руководитель событийной линейки Мария Кубланова – о том, как формируется программа юбилейных событий 2023 года // Новый компаньон. 26 июля 2022 г. URL: <https://www.newsko.ru/articles/nk-7329917.html> (дата обращения: 11.03.2024).

чей – продвижения позитивной известности и создания громкого информационного повода:

Сам факт того, что о городе слышно, слышно в позитивном ключе, это хорошо. Ведь в трехсотлетии не может быть никакой негативной коннотации. А далее уже сюда надо накручивать другие важные моменты, которые есть в городе, что у нас есть, что можно посмотреть, увидеть, какие у нас есть достижения, памятники, у нас же много чего есть (ПМА, 2023: 4).

При этом отметим активность данного проекта вне рамок Перми, что подчеркивали эксперты из муниципалитетов региона: «...проекты, которые реализуется в рамках „Пермь-300“, находят отклик на территории. Также частично распределяется финансирование в рамках этого проекта, в том числе на других территориях» (ПМА, 2023: 5).

Региональная и городская идентичность фигурировала в разработке программы юбилейных мероприятий. Губернатор региона Дмитрий Махонин отмечал: «300-летие Перми стало хорошим поводом вспомнить историю города и познакомиться с ней жителей Пермского края и всей страны. Возникновение Перми связано с созданием Егошихинского медеплавильного завода. И все три века мы куем оружие Победы. Мы смогли сформулировать для самих себя, что стоит за этими словами, и рассказали об этом другим»⁹. Арт-директор проектного офиса «Пермь-300» Игорь Горячев указывал на то, что юбилейные события дают возможность «связать себя с городом»: «Я для себя рассматривал 300-летие как возможность раскрыть разные пласты смыслов. Что такое Пермь? Кто такой пермяк? Зачем люди живут в Перми, почему не уезжают? Многие люди всего этого не осознают, даже если живут здесь всю жизнь»¹⁰. Запрос на рефлекссию фиксировали и независимые эксперты-исследователи:

Самое важное, если благодаря этому событию мы поймем, кто мы такие, что такое Пермь. Это вызов. Что такое Пермь, каковы особенности её истории? Вот чего я действительно жду от этого юбилея, это новый исторический образ Перми, более свежий. Может появятся новые концептуальные моменты, штрихи к портрету Перми (ПМА, 2023: 3).

Отдельным сюжетом следует обозначить отражение идентичности в символике «Перми-300». За основу логотипа был взят красный цвет – цвет герба Перми, цифра 300 и идея «контейнера». Авторы идеи вкладывали в логотип символическое значение, своеобразное окно через которое построен взгляд на

⁹ Рыбкин П. 300 праздников в году. Юбилейный мастер-план // Эксперт. 30 января 2024 г. URL: <https://expert.ru/goroda/yubileynyy-master-plan/> (дата обращения: 11.03.2024).

¹⁰ Баталина Ю. «Пермская энергия даёт много возможностей». Арт-директор проектного офиса «Пермь-300» Игорь Горячев – о том, чем художник отличается от дизайнера, а Пермь – от Екатеринбурга // Новый компаньон. 30 ноября 2023 г. URL: <https://www.newsko.ru/articles/nk-7953458.html> (дата обращения: 11.03.2024).

город: события прошлого, эмоции жителей в настоящем, проекты будущего¹¹. При этом тройку образует сфера и острые очертания буквы «П», которые отсылали к логотипу Перми, разработанному в 2009 г., имеющему непосредственное отношение к Пермской культурной революции.

Положительные оценки принятого логотипа касались его простоты и широкой трактовки: «Он современный и позволяет создавать много вариаций, потому что работает по принципу контейнера. Это яркая, позитивная история»¹². Критика же касалась, во-первых, чрезмерной абстракции: «Лично мне не нравится данный „контейнер“, не хочу чтобы меня складывали в контейнер, это опять нечто, что нам насажено москвичами» (ПМА, 2023: 6). Во-вторых, слабого дизайнерского исполнения:

Профессионально мы относимся к нему очень критически, он сильно слаб. Сама идея была банальной, ее исполнение еще более беспомощно. Все же видели, что это „zoo“, это проблема русской буквы „з“ и цифры „три“, от этого можно было уйти, можно было сделать немного по-другому логотип, чтобы этого ощущения не было (ПМА 2023: 3).

И, в-третьих, отмечалось, что логотип не учитывал пермскую специфику: «Там никакой уникальности нет, эта цифра могла появиться и в юбилее Екатеринбурга. Там нет пермского звучания, нет попытки даже пермского пластического решения» (ПМА 2023: 7).

В целом, можно также отметить низкое вовлечение жителей в процесс принятия решений по юбилейным символам. Слабая степень публичности и неиспользование практик, например, открытого сбора идей, фиксировалась экспертным сообществом. Однако отметим, что юбилейные события стимулировали активность со стороны пермских бизнесменов и усилили низовые практики брендинга города. Если официальный бренд-логотип рассматривался как не отображающий пермскую идентичность, то, например, проект, возникший на основе идеи пермского туристического маршрута по городу, и его логотип, является примером «выращивания» бренда из региональной идентичности.

Так к юбилею по городу был запущен туристический автобус с номером 300Т, для которого был создан свой логотип-бренд. В основу данного логотипа помещено женское лицо, один из традиционных элементов Пермского звериного стиля: «Лицо символизирует город Пермь. Три волны в нижней части логотипа олицетворяют реку Каму: Пермь – это город на реке, и именно благодаря Каме он стал одним из самых больших мегаполисов. Лицо скользит по линиям-

¹¹ Меркушев Б. Пермьякам показали логотип к 300-летию города // Комсомольская правда. 6 сентября 2024 г. URL: <https://www.perm.kp.ru/online/news/4428885/> (дата обращения: 11.03.2024).

¹² Баталина Ю. «Пермская энергия даёт много возможностей». Арт-директор проектного офиса «Пермь-300» Игорь Горячев – о том, чем художник отличается от дизайнера, а Пермь – от Екатеринбурга // Новый компаньон. 30 ноября 2023 г. URL: <https://www.newsko.ru/articles/nk-7953458.html> (дата обращения: 11.03.2024).

волнам, демонстрируя движение, динамику и развитие города. Венчают лицо пять элементов, обозначающих крупнейшие притоки Камы. Вода обеспечивает наплыв энергии, наполняет город новыми силами и ресурсами. Поэтому наш город – это место, где живет счастье, он встречает всех с улыбкой и добротой. Очертания лица и добрая улыбка отражают позитивный настрой и доброту жителей Перми, города где „Счастье не за горами”¹³. География, природа и историко-культурное наследие города стали концептуальной основой для данного бренда-логотипа. При этом традиция, которая лежит в его основе была дополнена смыслами движения, динамики и развития: лицо «скользит по линиям-волнам», демонстрируя движение, динамику и развитие города.

В этом логотипе мы можем обнаружить влияние краевой истории на городскую и зафиксировать еще одну важную особенность: слабую артикуляцию собственно городской тематики в нарративе юбилея. Можно согласиться с мнением эксперта, что история края «давит на город»:

Потому что край древний, город новый. У древнего края есть мощные культурные бренды – Пермский звериный, Пермская деревянная скульптура – они перекрывают собой культуру города, потому что культура города это нечто другое – музеи, университеты, театры. В итоге мы берем тело города и прикрепляем лицо края, несмотря на всю масштабную историю, мы ее не видим за краевым брендом, поскольку древнее – более привлекательное. У Перми лишь пермский балет пробивается среди прочего (ПМА, 2023: 2).

При этом природный символ Камы кристаллизовал вокруг себя пермскую городскую специфику.

Важным нововведением в символической сфере стало появление у города не только логотипа, но и слогана, которым стала фраза «Пермь-300. Все реально!». «Это гениально. Здесь и „Реальные пацаны”, и реальность дел руководителя края, людей, в том числе тех, кто здесь кует оружие наших побед. Как человек, измученный маркетингом, не ожидал такого», – отмечал Д. Чернышенко¹⁴. Этот лозунг продолжает артикулироваться в 2024 г., объявленном годом семьи: «Когда мы вместе. Все реально». Из важных символических решений также стоит отметить практики наименования символического места города, которое находится в 150 метрах от места основания Перми, впадения реки Егошихи в реку Каму, «Площадью Трех столетий»¹⁵.

Таким образом, акцент в обосновании юбилея был сделан на внешний образ и положительные эффекты для развития города в этом направлении. Поэто-

¹³ Истории о Перми. Экскурсионные маршруты 300Т. URL: <https://vk.com/am300t> (дата обращения: 11.03.2024).

¹⁴ Федеральный оргкомитет утвердил слоган 300-летия Перми // Коммерсант. 23 декабря 2022 г. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5746505> (дата обращения: 11.03.2024).

¹⁵ Свое название площадь получила 22 марта 2023 г. До этого «Площадь Трех столетий» носила имя «Площадь Европы», которое было ей присвоено в 2011 г.

му проблема для экспертов виделась в недостаточном понимании важности работы с идентичностью:

«Пермь-300» – замечательный проект, потому что под него все взбодрились, и город начал меняться, и активности различные город начал под это делать... Но в целом проект – это огромный плюс в плане развития. Но он не становится шагом к пониманию региона, ни к пониманию уникальности, ни значения города. Бисер, который рассыпается, не дает людям ценностного понимания. Единственное, что они видят, что город развивается (ПМА, 2023: 2).

* * *

В современных условиях городские юбилеи стали инструментом получения ресурсов, позволяющим развивать инфраструктуру городов, привлекать туристов, стимулировать дискуссии об идентичности. В данном аспекте представляется целесообразным рассматривать их как символические проекты. С точки зрения направленности дискурса юбилеи могут транслировать во внутрь и во вне. Случай празднования трехсотлетия Перми показывает, что на уровне дискурса задачи внешнего позиционирования, имиджевой привлекательности, роста внимания к городу стояли на первом месте. Об этом, в частности, говорят и визуальные решения (например, выбор бренда юбилея). Однако юбилей увязывался и с возможностью осмысления городской и региональной идентичности. Но данное направление не выразилось в широкую общественную дискуссию в среде интеллектуалов. Это не был вызов для сообщества как в случае с Пермской культурной революцией: юбилей скорее воспринимался как важное и масштабное событие. С точки зрения идентитарного подхода событие такого рода может выступать катализатором рефлексии, благоприятно влиять на вовлеченность жителей, интегрировать в сообщество. Одна из причин слабой выраженности идентитарного вектора, возможно, связана со слабой открытостью в реализации символического проекта. Тем не менее, эксперты зафиксировали важное отличие от предыдущего опыта и отметили позитивное изменение с точки зрения самой артикуляции темы идентичности, пусть и для решения внешних задач.

Конфликт интересов

Автор заявляет об отсутствии конфликта интересов.

Conflict of interests

The author declares no relevant conflict of interests.

ИСТОЧНИКИ

ПМА, 2023 – Полевые материалы автора. Экспертные интервью, 2023 г. (1 – эксперт 6, интервью от 14.03.2023; 2 – эксперт 5, интервью от 14.03.2023; 3 – эксперт 9, интервью от 03.04.2023; 4 – эксперт 8, интервью от 03.04.2023; 5 – эксперт 7, интервью от 19.03.2023; 6 – эксперт 10, интервью от 24.04.2023; 7 – эксперт 2, интервью от 12.03.2023).

ЛИТЕРАТУРА

Ассман Я. Культурная память: Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. М.: Языки славянской культуры, 2004.

Гадамер Г. Актуальность прекрасного. М.: Искусство, 1991.

Гигаури Д.И. Символические измерения политики идентичности // Теория и практика общественного развития. 2015. № 15. С. 83–87.

Дахин А.В. Город как место памятования // Гуманитарная география. Научный и культурно-просветительный альманах. 2006. Вып. 4. М.: Институт наследия. С. 164–179.

Дискурс и власть: репрезентация доминирования в языке и коммуникации. М.: Книжный дом «ЛИБРОКОМ», 2013.

Дмитриева О.О., Иванова Т.Н., Минеева Е.К. Исторические юбилеи как церемониальная коммеморативная практика (сравнительный анализ празднования 1000-летия российской государственности, 100-летия Отечественной войны 1812 года и 300-летия царствования дома Романовых в Российской империи) // Диалог со временем. 2020. Вып. 72. С. 280–291.

Евтушенко А.Г. Юбилеи российских городов как важный инструмент функционирования региональных экономик // Вестник Московского государственного университета культуры и искусств. 2012. № 3. С. 91–94.

Ефремова В.Н. Новые государственные праздники России и их осмысление в официальном политическом дискурсе // Вестник Пермского государственного университета. Серия «Политология». 2011. № 3. С. 53–65.

Идентичность: личность, общество, политика. Новые контуры исследовательского поля / отв. ред. И.С. Семененко. М.: Издательство «Весь Мир», 2023.

Избушева А.М. Бренд юбилейного города в современной российской культуре // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2015. № 2. С. 79–81.

Лазарева Л.Н. История и теория праздников: учеб. пособие. Челябинск, 2010.

Макарова Г.И. Значимые события в стратегиях регионального брендинга в Республике Татарстан // Вестник Института социологии. 2019. Том 10. № 4. С. 16–35. <https://doi.org/10.19181/vis.2019.31.4.602>

Малинова О.Ю. Символическая политика // Идентичность. Личность, общество, политика. Энциклопедическое издание. М.: Издательство «Весь Мир», 2017. С. 655–660.

Назукина М.В., Старцева А.С. Мегапроекты как инструмент политики идентичности в регионах России (на примере универсиад в Казани и Красноярске) // Ars Administrandi (Искусство управления). 2023. Т. 15. № 1. С. 84–102.

Петров Н.В. Формирование региональной идентичности в современной России // Центр и региональные идентичности в России / под ред. В. Гельмана, Т. Хонфа. СПб.: Издательство Европейского университета, 2003. С. 125–187.

Политика памяти в России – региональное измерение / под ред. А.И. Миллера, О.Ю. Малиновой, Д.В. Ефременко. М.: Институт научной информации по общественным наукам РАН, 2023.

Солдаткин В.Е. Юбилей: исторический аспект праздника // Вестник Челябинской государственной академии культуры и искусств. 2011. № 2. С. 125–127.

Сукало С.А. Символическая политика как технология культурного контроля массового сознания // Вестник Санкт-Петербургского государственного университета культуры и искусств. 2014. № 3. С. 6–9.

Rego M.L., Irigaray H.A.R., Chaves R. et al. Symbolic megaprojects: Historical evidence of a forgotten dimension // Project Management Journal. 2017. Vol. 48. No. 6. P. 17–28. <https://doi.org/10.1177/875697281704800603>

REFERENCES

Assman Ya. (2004) *Cultural memory: Writing, memory of the past and political identity in the high cultures of antiquity*. Moscow: Languages of Slavic Culture Publ. (In Russ.)

Dake T.A. (2013) *Discourse and power: the representation of dominance in language and communication*. Moscow: LIBROCOM Publ. (In Russ.)

Dakhin A.V. (2006) The city as a place of memory. In: *Humanitarian geography: a scientific and cultural-educational almanac*. Issue 4. Moscow: Institute of Heritage Publ.: 164–179. (In Russ.)

Dmitrieva O.O., Ivanova T.N., Mineyeva E.K. (2020) Historical anniversaries as ceremonial commemorative practice (a comparative analysis of the celebration of the 1000th anniversary of the Russian statehood, the 100th anniversary of the Patriotic War of 1812 and the 300th anniversary of the reign of the Romanovs in the Russian Empire). *Dialog so vremenem* [Dialogue with time]. Vol. 72: 280–291. (In Russ.)

Efremova V.N. (2011) New state holidays of Russia and their interpretation in the official political discourse. *Vestnik Permskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya "Politologiya"* [Bulletin of Perm State University. Political Science]. No. 3: 53–65 (In Russ.)

Gadamer G. (1991) *Relevance of the beautiful*. Moscow: Art Publ. (In Russ.)

Gigauri D.I. (2015) The symbolic dimensions of identity policy. *Teoriya i praktika obshchestvennogo razvitiya* [Theory and practice of social development]. No. 15: 83–87. (In Russ.)

Identity: the individual, society, and politics. New outlines of the research field (2023). Semenenko I.S. (eds.). Moscow: Ves Mir Publ. (In Russ.)

Izbusheva A.M. (2015) Brand of an anniversary city in the contemporary Russian culture. *Vestnik Omskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta. Gumanitarnye issledovaniya* [Review of Omsk State Pedagogical University. Humanitarian research]. No. 2: 79–81. (In Russ.)

Lazareva L.N. (2010) *History and theory of holidays*. Chelyabinsk. (In Russ.)

Makarova G.I. (2019) Significant events as the basis of regional branding strategies in Tatarstan. *Vestnik instituta sotsiologii* [Bulletin of the Institute of Sociology]. Vol. 10. No. 4: 16–35. <https://doi.org/10.19181/vis.2019.31.4.602> (In Russ.)

Malinova O.Yu. (2017) Symbolic politics. In: *Identity: the individual, society, and politics. An encyclopedia*. Semenenko I.S. (eds.). Moscow: Ves Mir. Publ. (In Russ.)

Nazukina M.V., Startseva A.S. (2023) Megaprojects as an instrument of identity policy in Russian regions (the case of Universiade in Kazan and Krasnoyarsk). *Ars Administrandi* [Ars Administrandi]. No. 1: 84–102 (In Russ.). <https://doi.org/10.17072/2218-9173-2023-1-84-102> (In Russ.)

Petrov N.V. (2003) Formation of regional identity in modern Russia. In: Gelman V., Hopf. T. (eds.) *Center and regional identities in Russia*. St. Petersburg: European University Press Publ.: 125–187. (In Russ.)

Rego M.L., Irigaray H.A.R., Chaves R. et al. (2017) Symbolic megaprojects: Historical evidence of a forgotten dimension. *Project management journal*. No. 6: 17–28. <https://doi.org/10.1177/875697281704800603>

Soldatkin V.E. (2011) Anniversary: the historical aspect of the holiday. *Vestnik Chelyabinskoy gosudarstvennoy akademii kul'tury i iskusstv* [Herald of the Chelyabinsk State Academy of Culture and Arts]. No. 2: 125–127. (In Russ.)

Sukalo S.A. (2014) Symbolic policy as a technology of cultural control of mass consciousness. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv* [Vestnik of Saint-Petersburg State University of Culture]. No. 3: 6–9. (In Russ.)

The politics of memory in Russia – regional dimension (2023). Miller A, Malinova O., Efremenko D. (eds.). Moscow: RAS Institute of Scientific Information for Social Sciences Publ. (In Russ.)

Evtushenko A.G. (2012) Anniversaries of Russian cities as an important tool for the functioning of regional economies. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv* [Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts]. No. 3: 91–94 (In Russ.)

Сведения об авторе: Назукина Мария Викторовна, кандидат политических наук, доцент, старший научный сотрудник, Институт гуманитарных исследований, Пермский федеральный исследовательский центр Уральского отделения Российской академии наук (614013, ул. Генкеля, 4, Пермь, Российская Федерация); <https://orcid.org/0000-0003-0190-0513>; e-mail: nazukina@mail.ru

About the author: Mariya V. Nazukina, Cand. Sc. (Politics), Associate Professor, Senior Research Fellow at the Institute for Humanities Research, Perm Federal Research Center of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (4 Genkel St., Perm 614013, Russian Federation); <https://orcid.org/0000-0003-0190-0513>; e-mail: nazukina@mail.ru

Поступила в редакцию / Received 10.01.2024

Доработана после рецензирования / Revised 13.03.2024

Принята к публикации / Accepted 15.04.2024