

Существует ли Юго-Западная Сибирь?

I. Цели лекции

Что такое «регион» (район)?

Что такое «региональная идентичность»?

Где мы живем? Юго-Западная (Старая) Сибирь как регион.

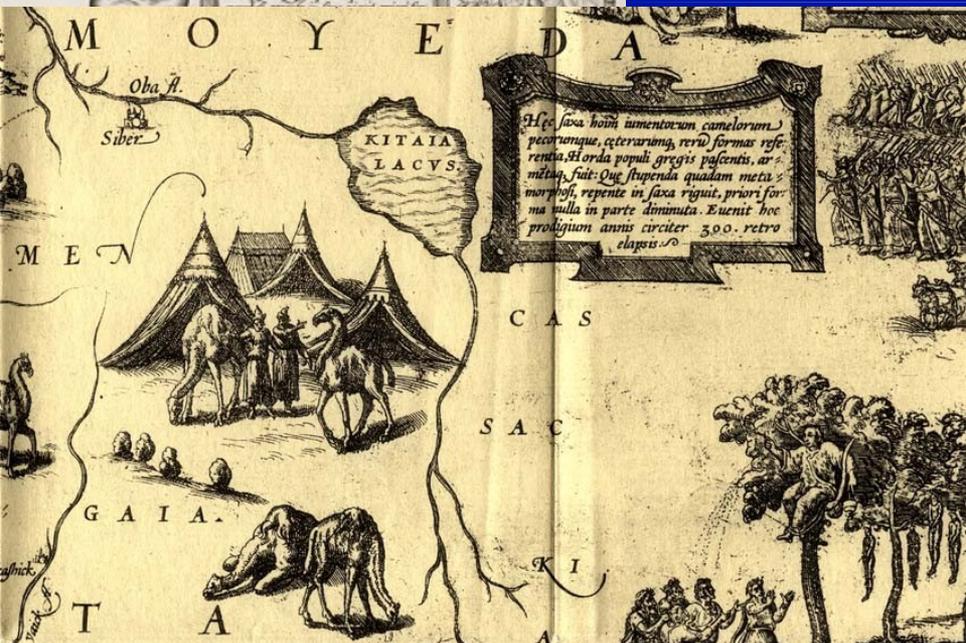
Характерные особенности региональной политики РФ.

Т.н. «брендинг регионов» и как к нему относиться?

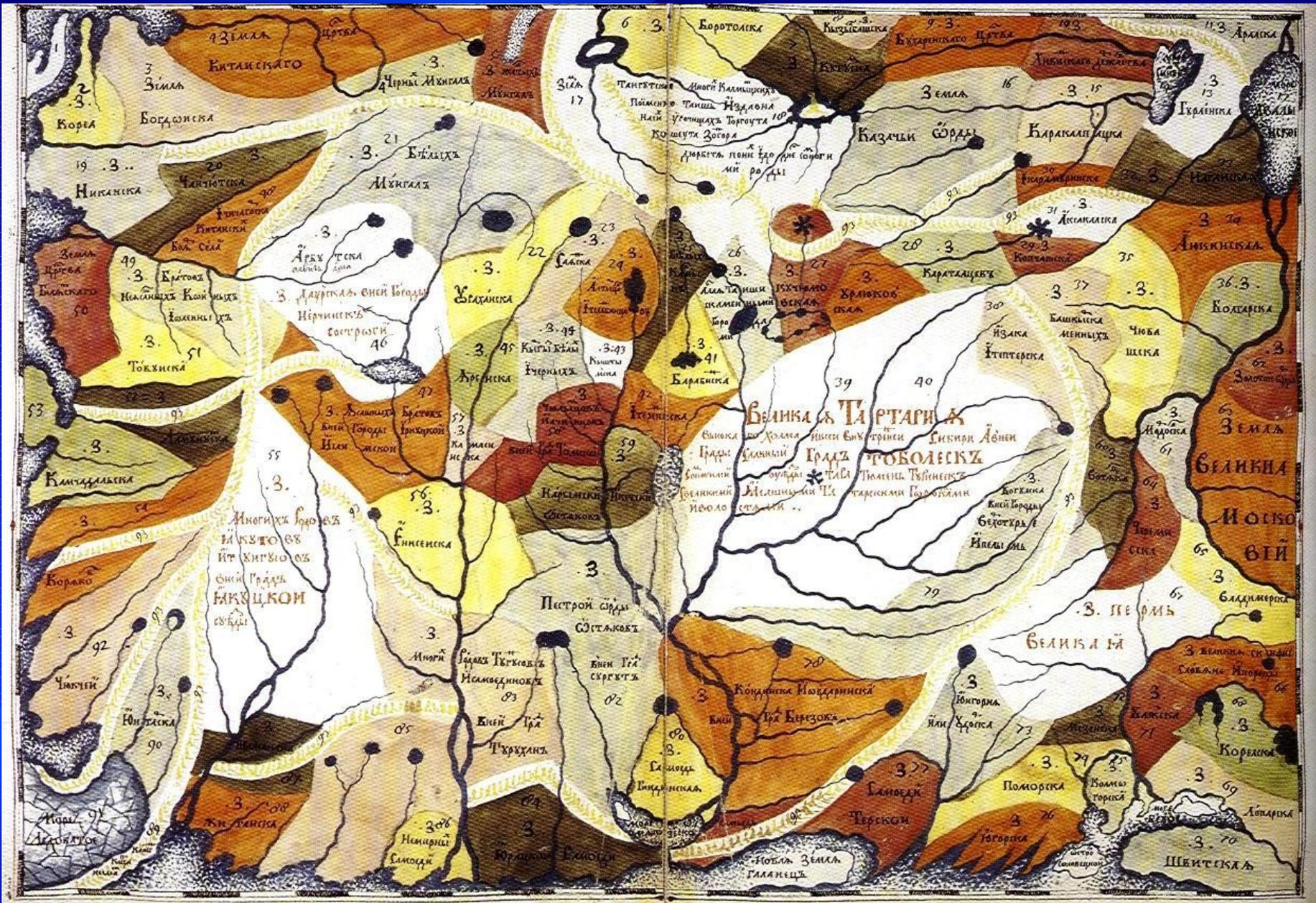
Эльфы, сибиряки и результаты переписи 2010 г.

Региональная идентичность «Земли Тюменской»: наши возможные стратегии.





Карта Московии А. Дженкинсона. Лондон, 1562 г.



Чертежная книга Сибири С.У. Ремезова. Тобольск, 1698-1701.

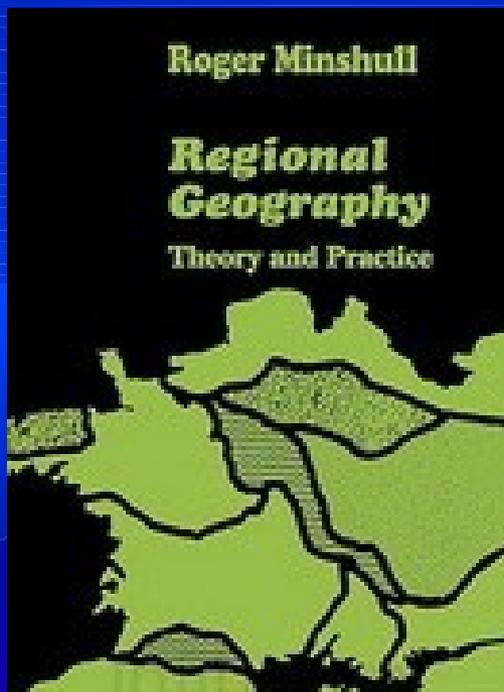
Существует ли Юго-Западная Сибирь?

I. Регион в географии

Minshull R. *Regional Geography: theory and practice*. London: Hutchinson University Library, 1967.

Деление непрерывности в практических целях.

Региональный метод представляет собой деление земной поверхности на формальные регионы посредством наиболее удобных единиц, которые уже установлены или легко различимы.



В систематической географии: Р. как гомогенные, объединенные одной характеристикой, резко контрастирующие с соседними областями.

В региональной географии: Р. как уникальные единицы земной поверхности.

Существует ли Юго-Западная Сибирь?

I. Регион в географии

Minshull R. *Regional Geography: theory and practice*. London: Hutchinson University Library, 1967.

Формальный регион как наибольшая территория валидной генерализации, наибольшая единая в каком-то смысле территория.

Функциональный регион как комплекс территорий, объединенных общей функцией (city-region).

Оба принципа могут сочетаться в практике районирования.

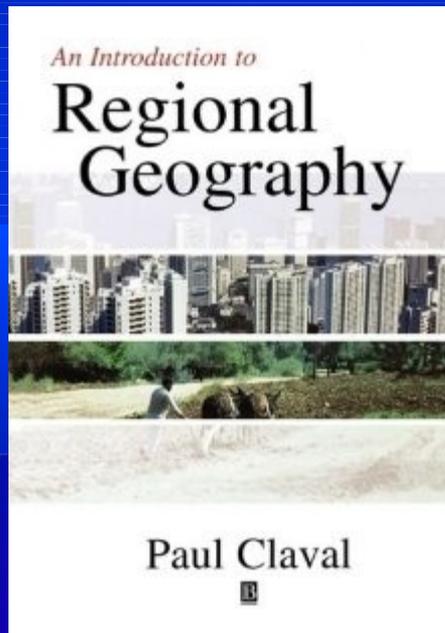
Регионалисты используют регион в политических или экономических целях, в то время как в географии это лишь способ исследования и метод описания.

Существует ли Юго-Западная Сибирь?

I. Регион в географии

Claval P. An Introduction to Regional Geography / Trans. by I. Thompson. Oxford: Blackwell Publishers, 1998.

История региональной концепции. В XVIII веке появляется идея *естественного региона*. В XIX веке возникает синтез двух тенденций – 1) *описания уникальности региона* и 2) *описания региона в его естественных границах*. Школа «географии человека» Поля Видаль де ла Блаша.



«Новый регионализм» (с 1980-х гг.).
Социологические и гуманитарно-географические методы.

Существует ли Юго-Западная Сибирь?

I. Регион в географии

Claval P. An Introduction to Regional Geography / Trans. by I. Thompson. Oxford: Blackwell Publishers, 1998.

- Амбивалентность регионального подхода: он и реальность (базируется на знании фактов), и абстракция (лишен сложности воспринимаемого мира).
- Прямое восприятие земной поверхности заменяется конструкцией, состоящей из трех элементов:
 - 1) картографическая репрезентация;
 - 2) непосредственное наблюдение хотя бы части исследуемой зоны;
 - 3) синтез данных, собранных другими специалистами.
- У регионального подхода всегда одна цель: превратить разрозненные и ограниченные представления о земной поверхности в единое описание.

Существует ли Юго-Западная Сибирь?

II. О Старой Сибири. Откровения автора.

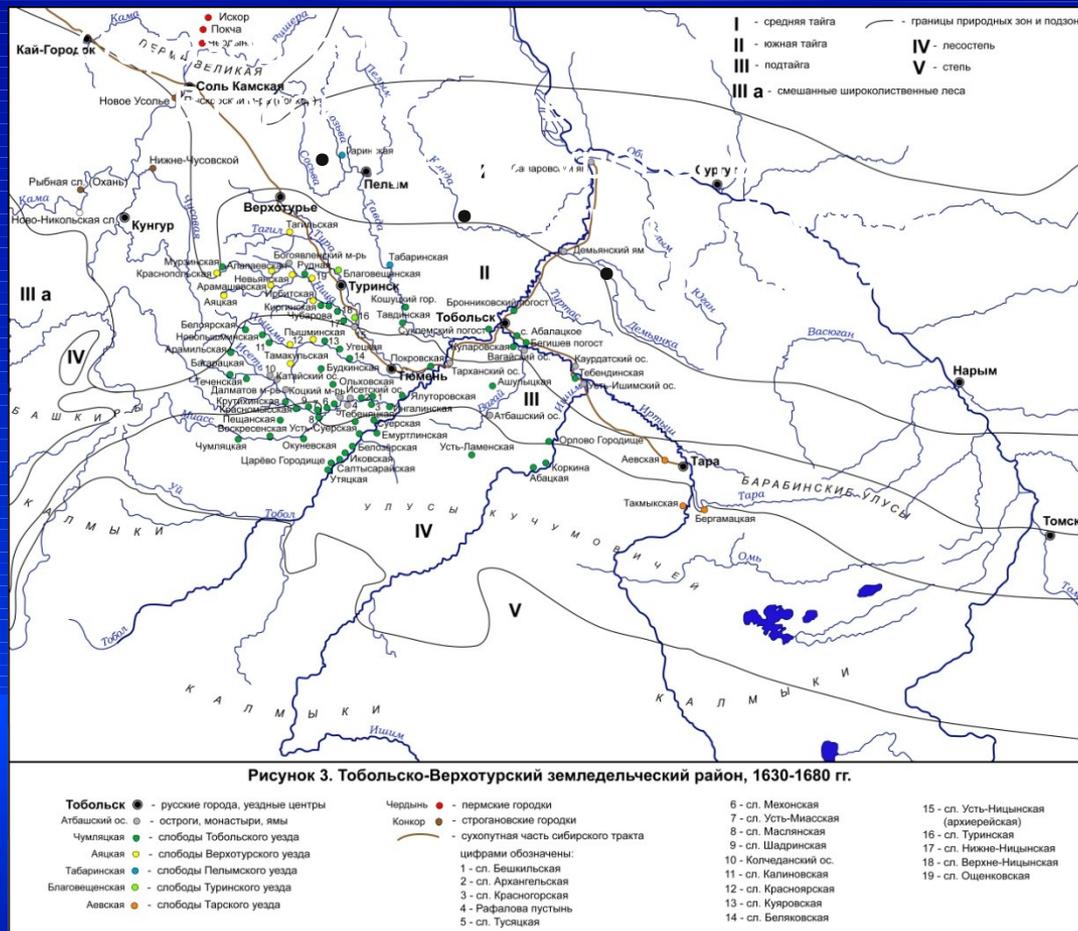
Возникновение идеи – единая ткань социально-экономического пространства поверх административных границ

Возникновение идеи – теоретическая потребность в сложной региональной системе

Исторические корни – единство в 17-19 веках

Ментальные корни – реликтовые связи и идентичности наших соседей

Тюмень и Тобольск в соседском контексте



Существует ли Юго-Западная Сибирь?

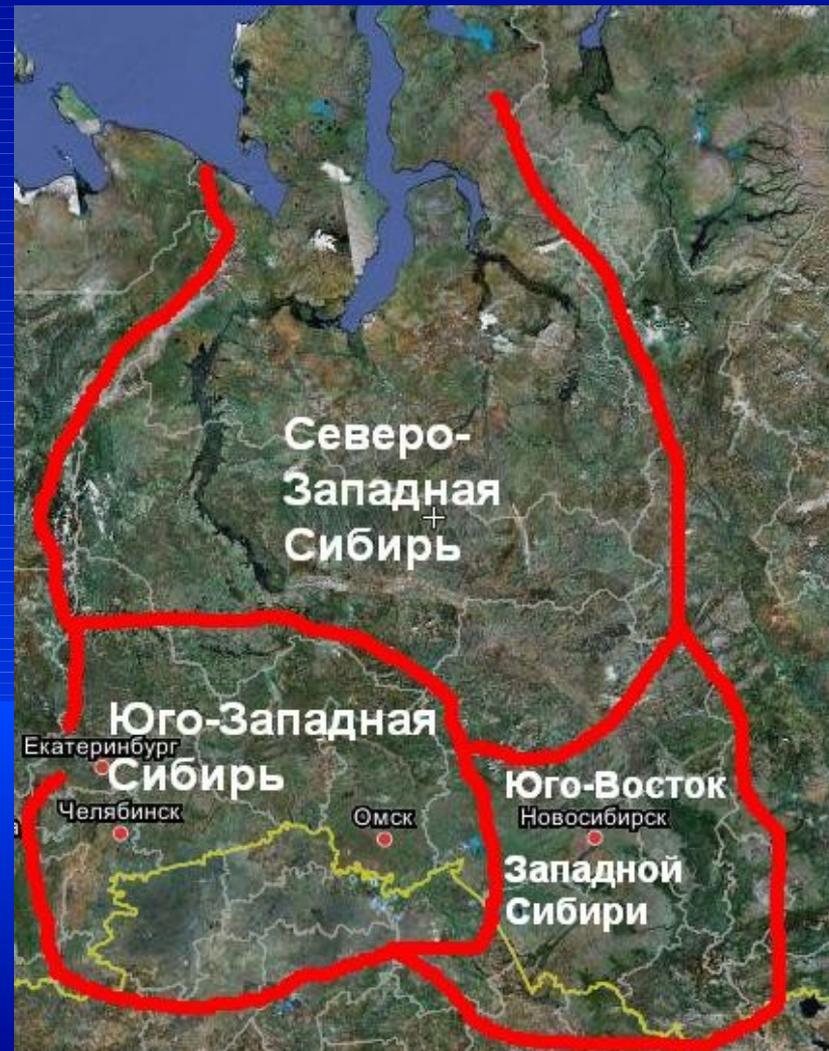
II. О Старой Сибири. Откровения автора.

Кроме научных потребностей – научные «комплексы»

У «них» есть ареальные (региональные) идентичности, не совпадающие с АД, а у «нас» нет

Есть административные идентичности, мощные городские мифы, несколько размытых вернакулярных районов (Кубань, Забайкалье, Сибирь)

Нет ничего между городами (областями) и Сибирью вообще – почему бы не «придумать»



Существует ли Юго-Западная Сибирь?

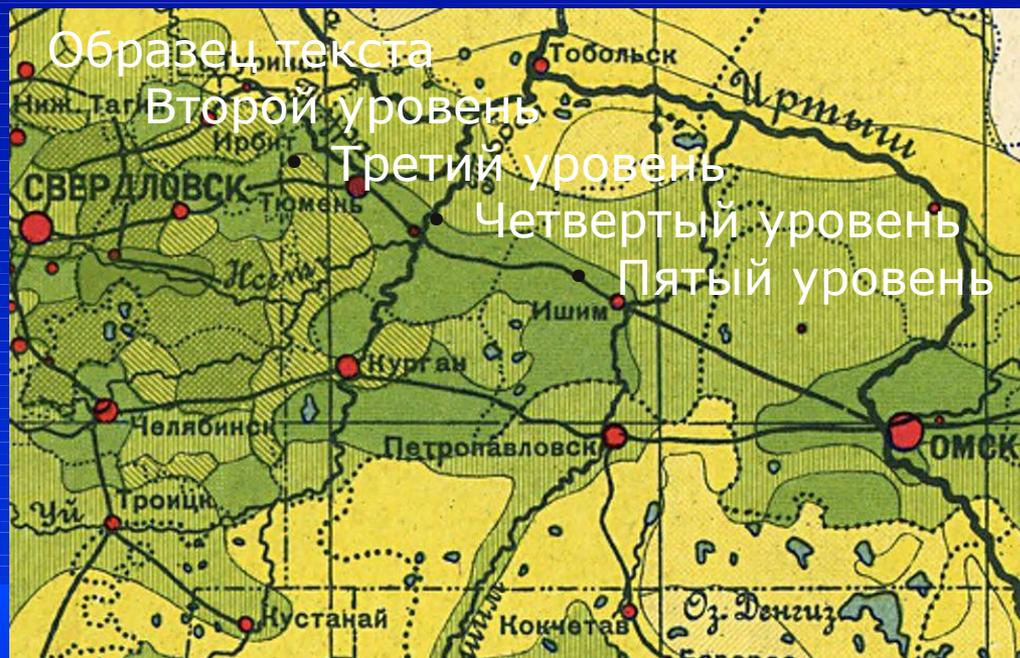
II. О Старой Сибири. Откровения автора.

Способы продвижения идеи:
«объективизация» образов,
«историзация» образов,
закрепление регионального
образа в научной и учебной
литературе, популярных
источниках

Поделиться авторством –
привлечение соавторов (жж-
сообщество sw_siberia)

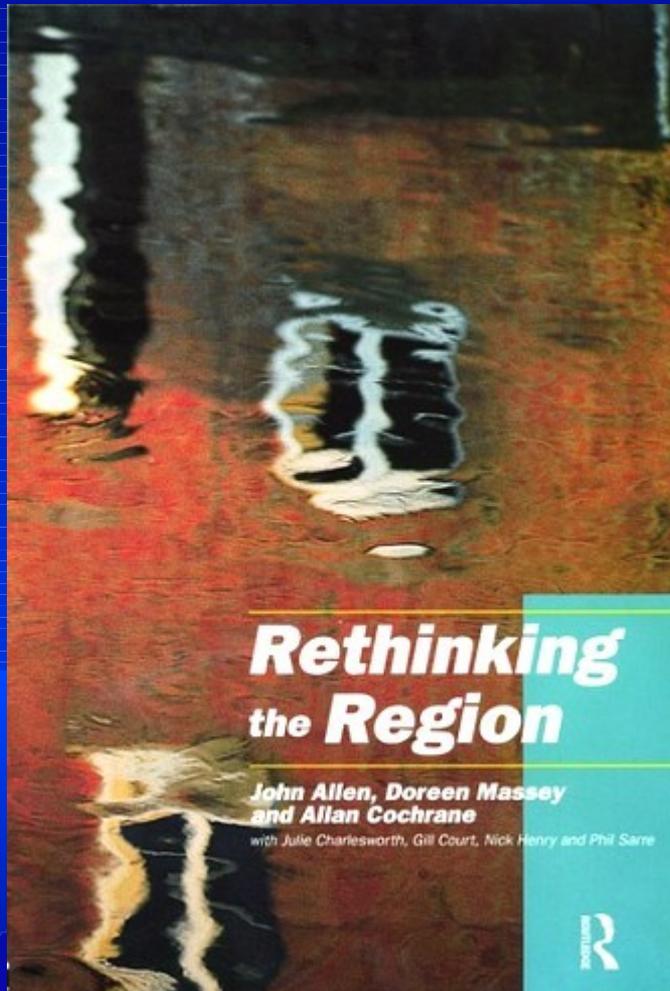
Конфликтное оформление
идентичности – Алтай и Урал

Ребрендинг – образы Старой
Сибири и Малой Сибири
(истории с Центр.Россией и
Вел.Пермью)



Существует ли Юго-Западная Сибирь?

III. Региональная идентичность



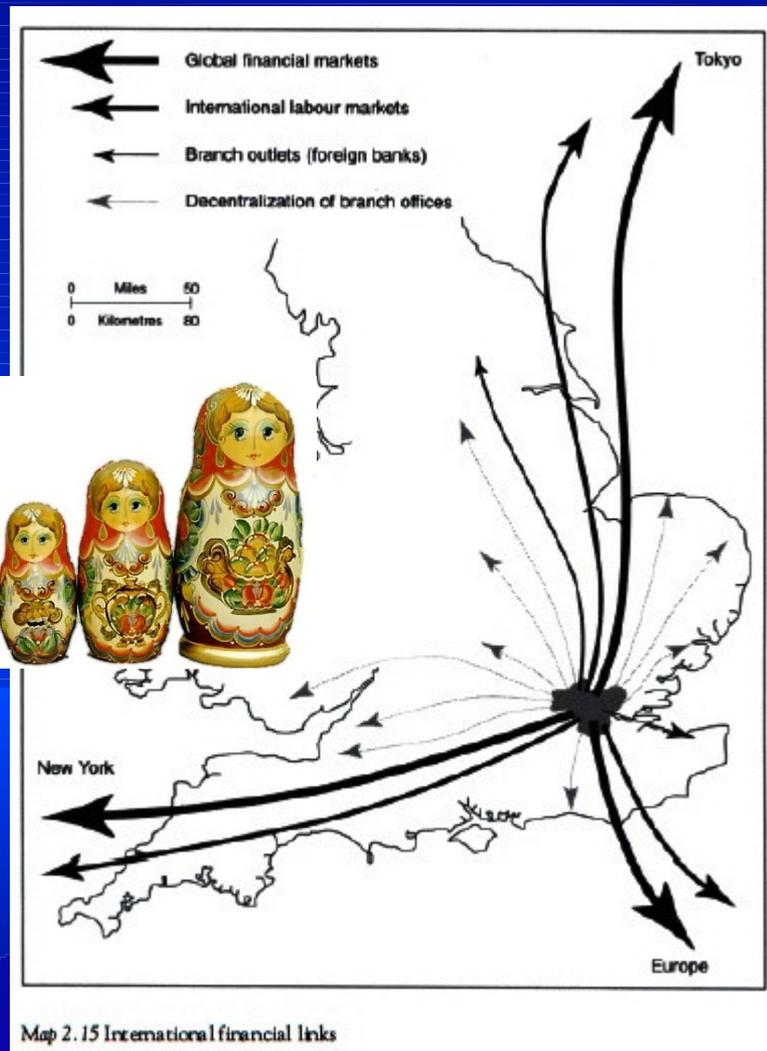
Allen J., Massey D.B, Cochrane A.
Rethinking the region. London,
New York: Routledge, 1998.

Что такое юго-восток Англии в ситуации нео-либеральной экономики и роста, начавшегося в 1980-х? «Свободный рынок», символом которого стал этот район, изменил привычные связи и границы.

Регион не как некая ограниченная целостность, нанесенная на карту, но как сеть социальных отношений, неограниченная и сложная структура отношений власти и неравенства (65).

Существует ли Юго-Западная Сибирь?

III. Региональная идентичность



Против «принципа матрешки».

Идентичность мест. Регион не рассматривался как замкнутая система, но был пронизан уровнями внешних связей. На смену доминированию Лондона пришли интернациональные идентичности других мест. Сити. «Кембриджский феномен» роста технологий.

Пространства идентичности. Социальные группы также конструировали свою новую идентичность на основании этих внерегиональных отношений роста. City players. High-tech elites. Service ranks.

Существует ли Юго-Западная Сибирь?

III. Региональная идентичность

Paasi A. Bounded spaces in the mobile world: Deconstructing 'regional identity'// Tijdschrift voor economische en sociale geografie. 2002. Vol. 93 (2), P. 137–148.

Дискурсы региональной идентичности в медиа, литературе, науке и политике есть манифестации власти, которые социальные акторы используют для разных целей, преимущественно для организации социальных практик и смыслов, ассоциируемых с пространством.



Существует ли Юго-Западная Сибирь?

III. Региональная идентичность

Дихотомия: **«идентичность региона»** (черты природы, культуры, истории, населения, пригодные для мобилизации) / **«региональная идентичность»** (самосознание).

Дихотомия: **«идеальная»** (коллективные нормативные нарративы спатальной идентичности идеологии) / **«фактуальная» идентичность** (формы идентичности, которые проявляются в социальном действии)

Финский пример мобильности современного населения.

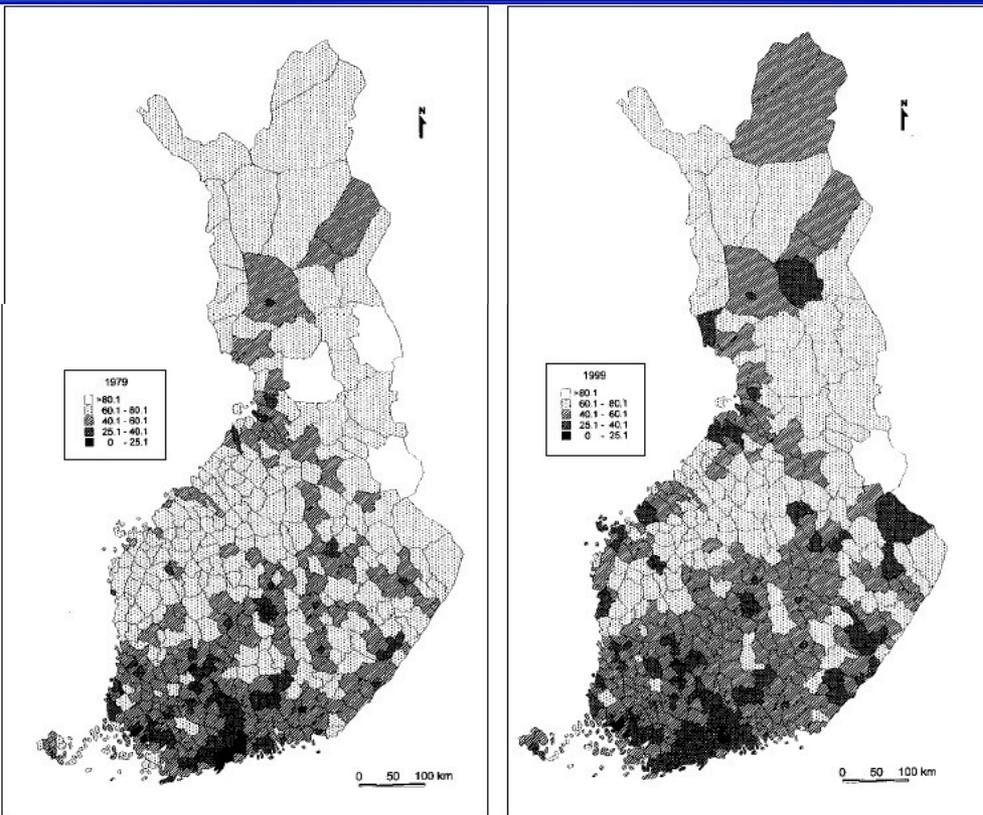


Figure 2. Percentages of people living in their municipality of birth in 1979 and 1999.
Source: STV 1980 and unpublished data, Central Statistical Office of Finland.

Существует ли Юго-Западная Сибирь?

III. Региональная идентичность

Таким образом, важнее всего спросить, **кто проводит региональные разделения и классификации, как они выражают отношения силы, и чья идентичность описывается тем или иным дискурсом идентичности?**

Или это идентичность обывателя? Или это «written identity», которая формируется учеными, политиками, администраторами, культурными активистами или шоуменами? Эти акторы часто порождают «генеральные линии» понимания коллективных смыслов регионального символизма etc.

Дискурсы идентичности, как писала Дорин Мэсси, всегда отражают «геометрию силы», т.е. люди, находясь в процессе создания и репродукции спатальных репрезентаций, социальных разделений между «мы» и «они», всегда оказываются на разных позициях.

Существует ли Юго-Западная Сибирь?

III. Региональная идентичность

Смирнягин Л.В. О региональной идентичности // Пространство и время в мировой политике и международных отношениях. РАМИ. М. : МГИМО-Университет, 2007. Т. 2. С. 81-107.

РИ как сходные социальные черты, порождаемые фактом совместного проживания. РИ и сложные отношения с идентичностями другого рода. РИ можно сменить, но не быстро.

Региональная идентичность часто оказывается «многоэтажной». Житель западной части штата Массачусетс = житель Беркширских холмов = житель Новой Англии = житель Севера = житель США.



Существует ли Юго-Западная Сибирь?

III. Региональная идентичность



- **РИ как основа районирования общества.** Методики исследования территориальных предпочтений жителей.

- Опросники («ареалы болельщиков» по М. Болдуину etc.).

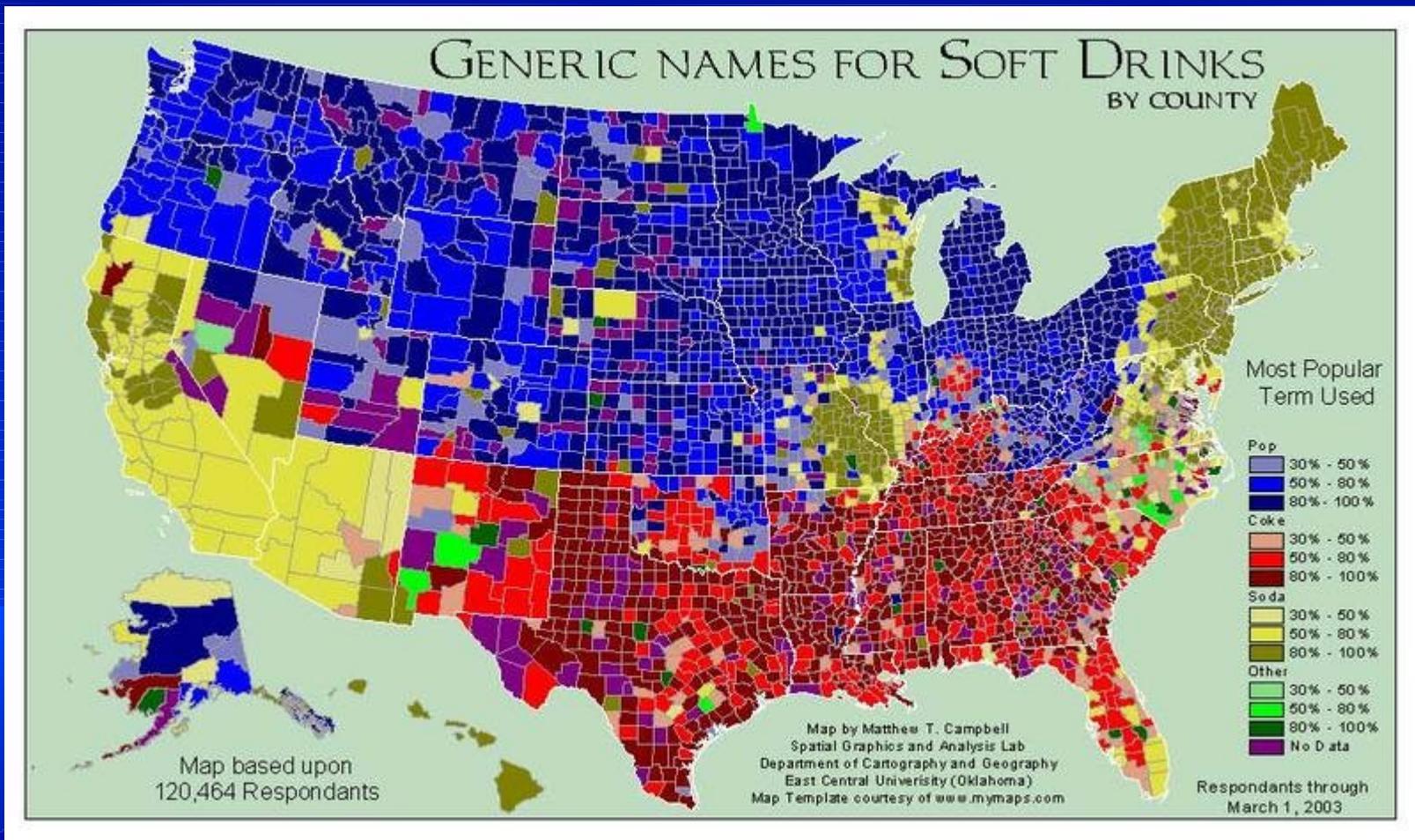
- Истолкование размещения материальных объектов (география воинских монументов, крытых мостов, главных улиц и пр.)

- Статистика мобильности (данные переписей о поездках населения, учет циркуляции газет).

- Исследование литературных и пр. источников.

Существует ли Юго-Западная Сибирь?

III. Региональная идентичность

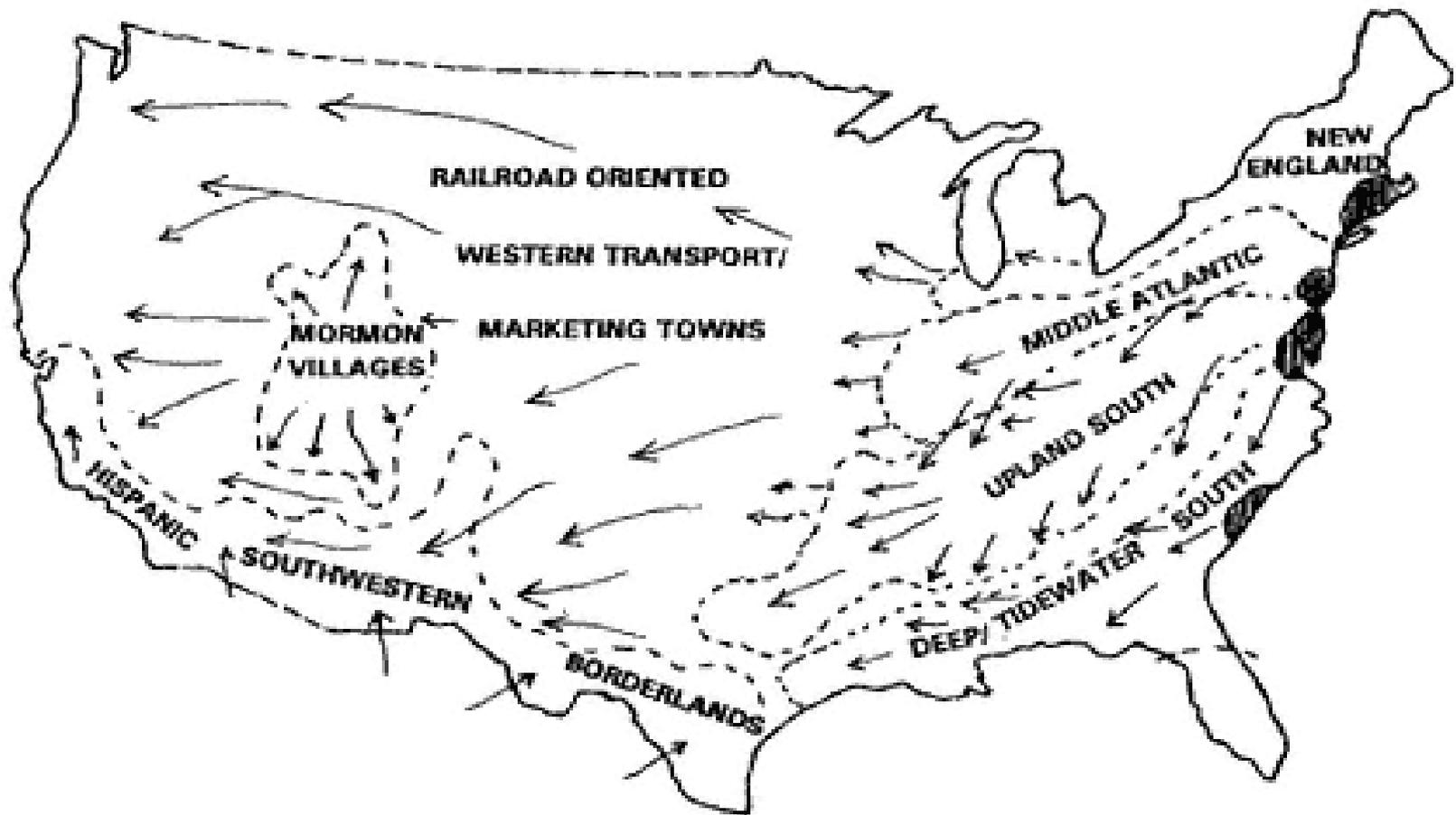


Существует ли Юго-Западная Сибирь?

III. Региональная идентичность

Generalized Regional Patterns of American Townscapes

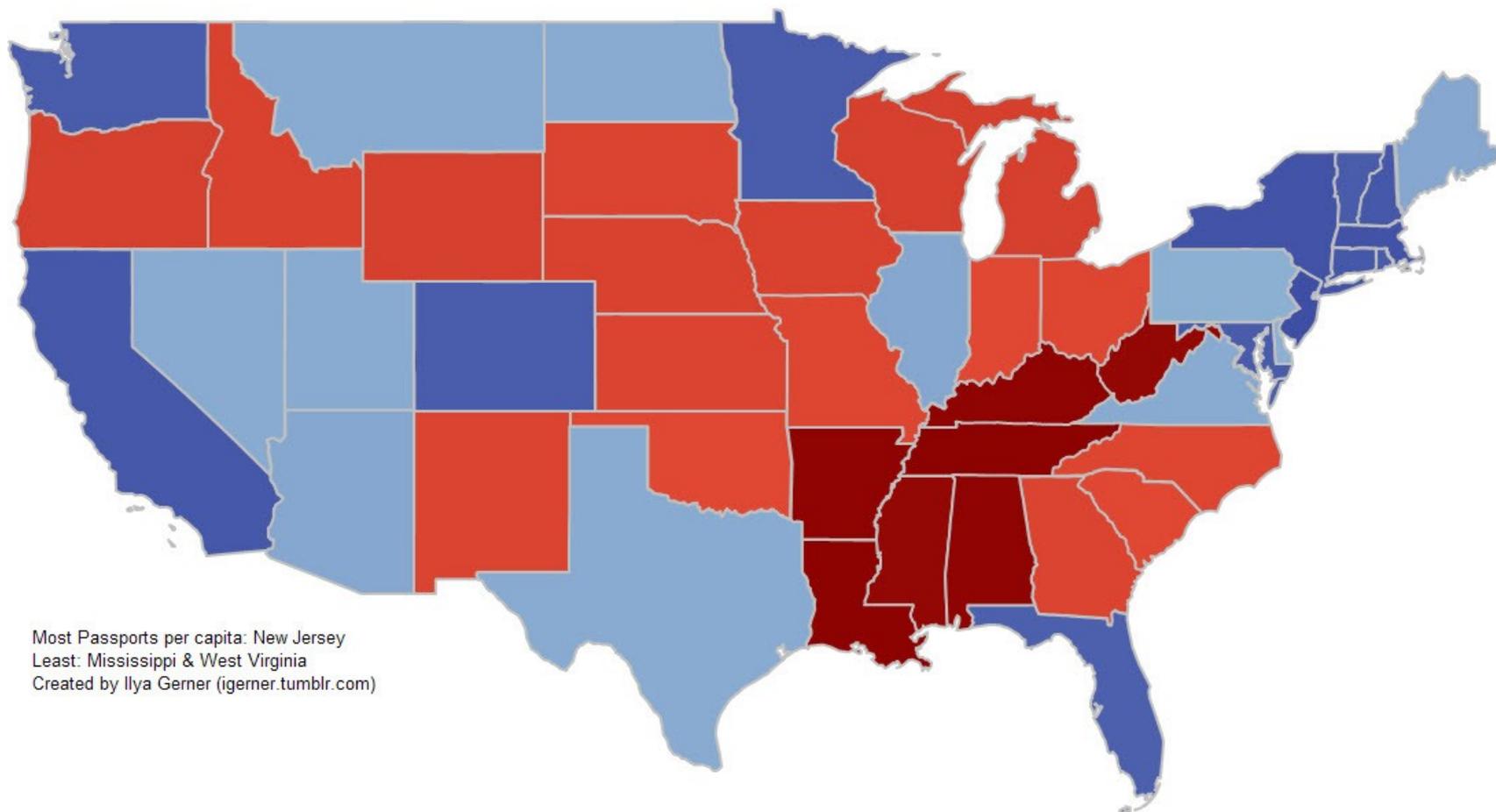
ca. 1770-1900



Существует ли Юго-Западная Сибирь?

III. Региональная идентичность

Stay at Home Nation: Percentage of Population with a Current US Passport, by State



Below 20% 20-30% 30-35% 35%+

Существует ли Юго-Западная Сибирь?

III. Региональная идентичность

State of the States, Midyear 2009

Gallup-Healthways Well-Being Index

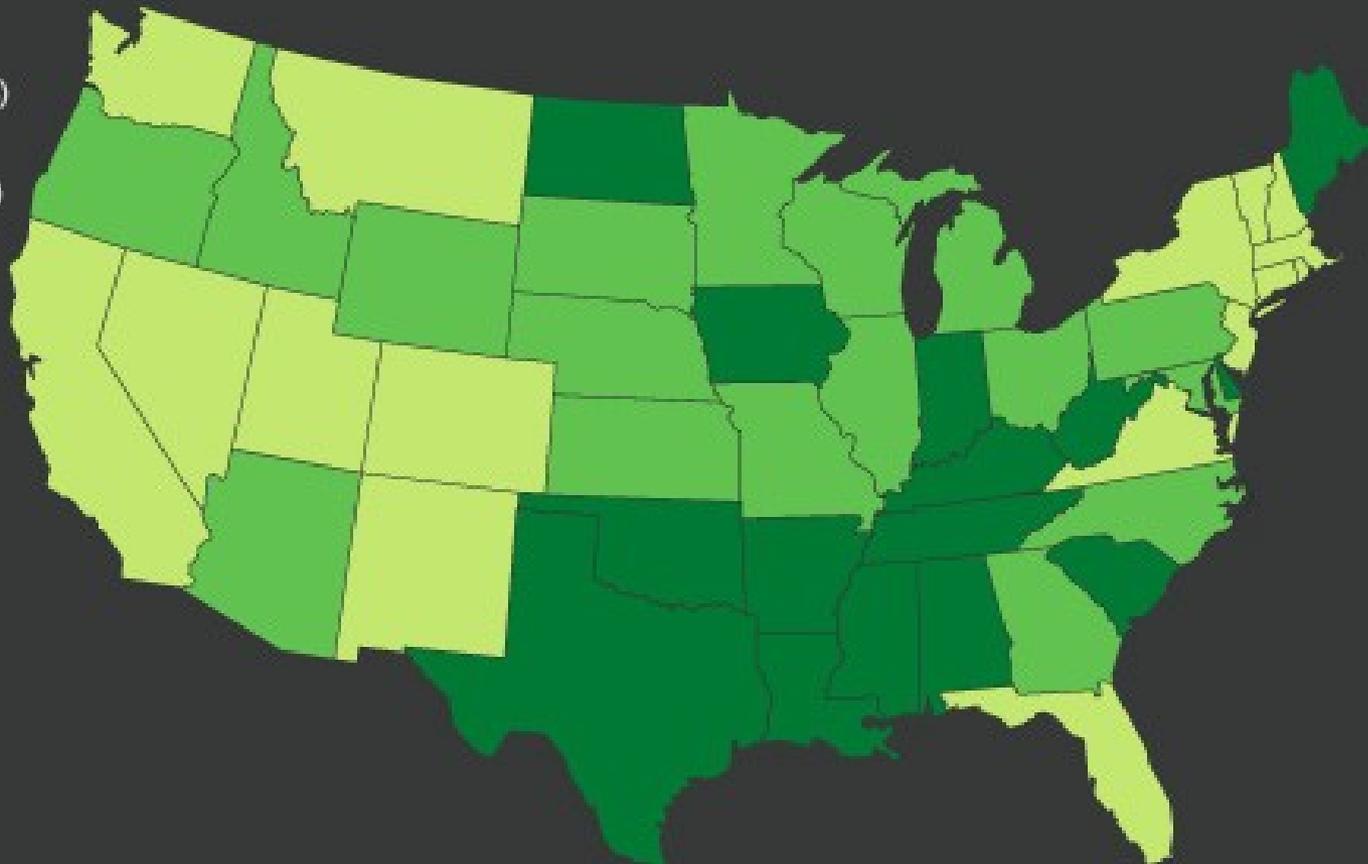
GALLUP POLL

Obesity: % Obese

■ Higher range (28.8%-33.1%)

■ Mid-range (25.4%-28.6%)

■ Lower range (19.6%-25.3%)



Существует ли Юго-Западная Сибирь?

III. Региональная идентичность



Существует ли Юго-Западная Сибирь?

III. Региональная идентичность

- *Исследования в области региональной идентичности необходимо всемерно форсировать. В этом нуждается не только наша география, в этом остро нуждается наша страна... **Общество должно осознавать особенности своей территориальной структуры и ее разнообразие, должны отдавать себе в этом отчет и власти предержащие.***
- *Управлять живым, деятельно организующимся обществом, его многочисленными стихийными процессами можно только при здоровом понимании сути этих процессов. Навыки управления обществом тоталитарным для этого мало пригодны из-за своей простоты, прямолинейности и акцента на насилие.*
- *Это касается всех сторон общественной жизни нашей страны, но среди них мало таких, где дефицит знания был бы столь велик и удручающ, как в области территориальной, в ощущении разнообразия своей страны, в понимании сути региональной идентичности.*

Существует ли Юго-Западная Сибирь?

IV. Новая сибирская идентичность.

Генезис

Истоки: интернет-проекты (сбвики – 2006-2007, сибвольгота, бабр, home_siberia – с 2007, real_siberian - 2007)

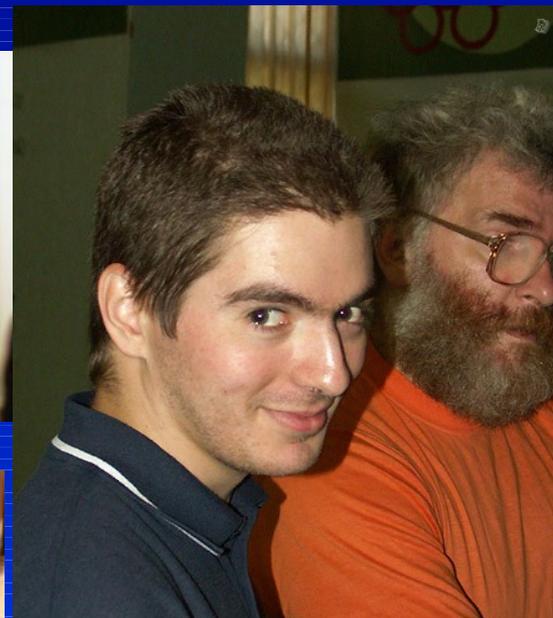
Томск и Сибирский язык, Красноярск и первое сибсообщество, Иркутск и Бабр, Нск и монстрации

Ряд конфликтов и конфликтность среды в целом

Отсутствие консенсуса по вопросам границ и сути идентичности

Общее разочарование в существующих идентичностях

Общая ориентация на гражданское самоуправление в разных формах



Существует ли Юго-Западная Сибирь?

IV. Новая сибирская идентичность.

Генезис

Перепись 2010 года и акция «Я Сибиряк»

Идея Александра Коновалова (Красноярск) – сторонник возврата к реальному федерализму

Сетевая самоорганизация

Наличие новостного ресурса

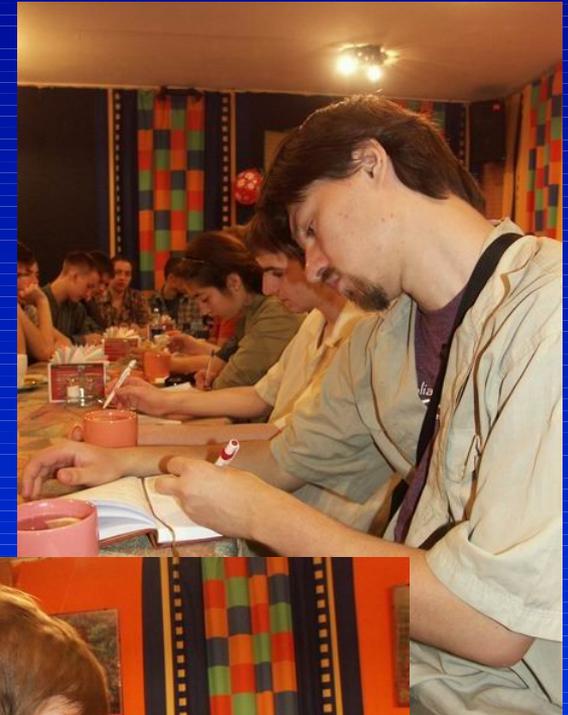
Протестная самоидентификация

Одна из немногих позитивных идентичностей на территории РФ

Вольность трактовок

Возникновение гражданско-территориальной трактовки

Игры с этническим национализмом и прочие двусмысленности



Существует ли Юго-Западная Сибирь?

IV. Новая сибирская идентичность.

Современное состояние

Октябрь 2010 – акция удалась, что дальше??

Новое сообщество sibsovet и срач о Чорной Снежинке

Вновь два основных сообщества

Приток новых интересующихся людей – Иркутск и область, Якутск. Н-ск и т.п. – молодёжь, учёные, старые коммунисты и пр.

Выход на международный уровень

Нервная реакция имперцев

Подключение телевизера

Хороший претендент на «внутреннего врага»

Я	7 Ваша национальная принадлежность <small>По самоопределению в соответствии со ст. 26 Конституции РФ</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	С И Б И Р Я К	<input type="checkbox"/> отказ от ответа			

The	7 Ваша национальная принадлежность <small>По самоопределению в соответствии со ст. 26 Конституции РФ</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	Б И Р Я К	<input type="checkbox"/> отказ от ответа			

Я	7 Ваша национальная принадлежность <small>По самоопределению в соответствии со ст. 26 Конституции РФ</small>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
	сказал: Горбатый!	<input type="checkbox"/> отказ от ответа			



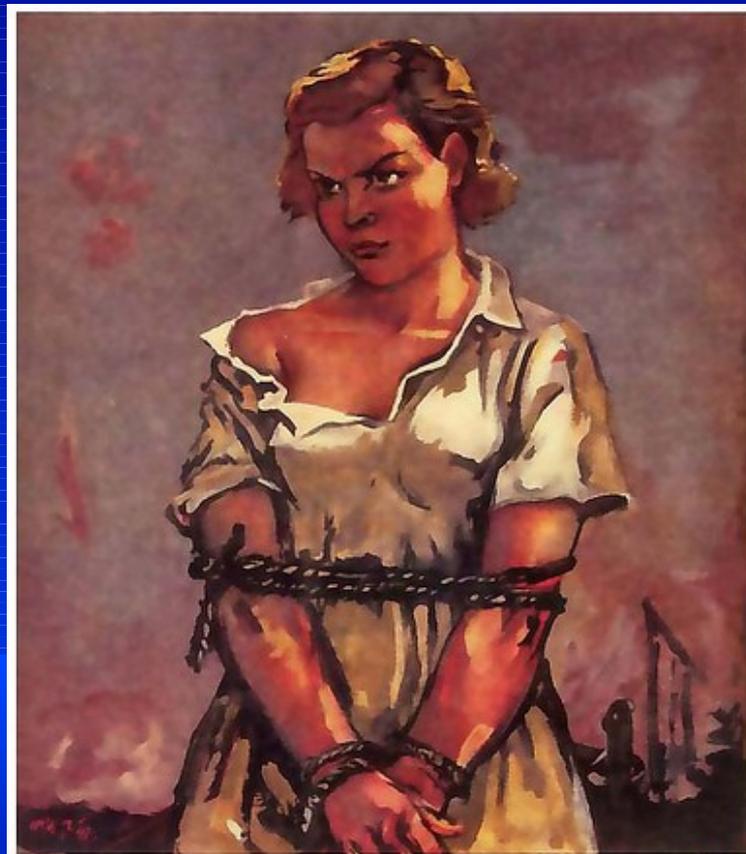
Существует ли Юго-Западная Сибирь?

IV. Сибирь Большая и ЮЗ - сравнение

Старосибирский проект – мирный регионализм, общесибирский – воинствующий (против колониализма, коррупции, кренинизма властей и т.п.)

Сибирская идентичность, попытка на что-то повлиять, наращивание социального капитала, самоорганизация; ЮЗС – теоретическое оформление рамок возможной зонтичной региональной идентичности

Сибирь вообще – предельно широкий охват, попытка влить актуальное содержание в старые образы, Сибирь Старая – внутрисибирский секционизм, попытка выдвинуть новые рамки восприятия



СИБИРЬ БУЕТ ВОЛЬГОТНОЙ!

Существует ли Юго-Западная Сибирь?

V. Эпилог о «брендинге регионов».

действия между всеми игроками.

Потенциал территории в меньшей степени зависит от географического положения, климата и наличия природных ресурсов, чем от человеческой воли, квалификации, энергии, ценностей и организации. Например, возможности развития норвежского города Киркинес на самом севере Европы, или Севильи в южной Европе все больше зависят от способности этих мест справиться со следующими задачами:

1. Правильная оценка происходящего в мире.
2. Понимание нужд, желаний и поведенческого выбора определенных внутренних или внешних клиентских групп.
3. Осознание основных сильных и слабых сторон данной территории.
4. Создание реалистичного и коммерчески жизнеспособного видения перспективного развития: чем данная территория может стать.
5. Разработка плана действий в дополнение к видению.
6. Достижение внутреннего консенсуса и создание эффективной организации для оперативной деятельности.
7. Оценка хода выполнения плана действий.

Чем меньше и удаленнее территория, тем более профессиональной она должна быть в решении этих задач.



Вы принимали участие во втором заседании рабочей группы по продвижению бренда УрФО при полпреде. Какие у вас остались впечатления от совместного обсуждения?

Лично для меня это была встреча-знакомство, а не встреча-обсуждение. Ведь собрались люди изначально компетентные, которые давно сформировали для себя представления о брендинге УрФО. В данном случае надо было найти, так сказать, области согласия. В общих чертах их и определили.

Существует ли Юго-Западная Сибирь?

V. Эпилог. О «брендинге регионов».

Ну, вот пример. Бренд «декабристы». В центре Екатеринбурга есть улица Декабристов. А декабристы – это Пелым, Туринск, Курган, Ишим, Тобольск: та самая «подсистема» местных малых брендов. То есть, сеть культурных объектов, связанных с темой декабристов. Надо её «оживить» общей технологией.

Скажем, все знают чудесную песню «Не обещайте деве юной...» – из фильма «Звезда пленительного счастья». Эта песня – готовый дублёр свадебного марша Мендельсона. Песня напоминает о любви декабриста Анненкова и француженки Полины Гебль. А Туринск хранит другую историю любви: декабриста Ивашёва и его жены Камиллы Ле Дантю, которые здесь умерли и похоронены вместе. Церковь в Туринске есть. Песня есть. Есть музеи декабристов, дороги, прекрасная природа. Какая культурная технология позволит охватить все эти вещи, пока что существующие автономно? Например, свадебный тур с венчанием в Туринске.

Свадьба всегда нуждается в символическом обеспечении, и благородный образ декабристов с их верными жёнами куда лучше цветов к памятнику Ленину. Вместо того, чтобы заказывать ресторан, новобрачные могут купить свадебный тур по городам декабристов. Для молодожёнов с их компанией тур предусмотрит и праздник, и путешествие. Впечатления останутся небывалые: костюмированное торжество, кавалергарды, храм, тройки, какие-нибудь лодки на Туре, старинные города и современные развлечения. Эдакое «созвездие пленительного счастья».

Существует ли Юго-Западная Сибирь?

V. Эпилог. О «брендинге регионов».

К каким культурным символам и брендам Урала, на ваш взгляд, необходимо экспертам, общественности, властям и СМИ привлекать внимание в первую очередь?

Вопрос – каким властям? Местным? Местные власти должны развивать то, что уже есть, что уже доказало свою жизнестойкость и конкурентоспособность. Не надо выдумывать заново. В культуре уникамы прорастают из почвы, органично. Проблема – «огранить» их, сделать современными, поддержать, озвучить на более широкую аудиторию. А задача властей округа – связать типологически схожие феномены в сеть, которая и начнёт работать, создавая кумулятивный эффект.

Хуже всего – мертворожденные явления культурной конъюнктуры или импорт. Это как пересаженный орган, который не прижился и постоянно требует гормональных инъекций в виде финансирования. Надо осмотреться и увидеть те явления, которые уже работают де-факто, без поддержки власти. Если оказать им поддержку, они вернут инвестиции сторицей. К тому же эти явления – всегда функция от идентичности. Они-то как раз и есть то ноу-хау, эксклюзив, которому нет аналогов.

Скажем, в Екатеринбурге проходит «Минерал-шоу». Власти Екатеринбурга должны поддерживать это шоу гораздо больше, должны поддерживать Минералогический музей, музей Владимира Пелепенко, камнерезные предприятия, камнерезов-частников, журнал «Графо-PLATINUM», музей Бажова. А власти Тагила должны поддерживать художественный лицей и «Демидов-парк». Власти Режа – музей минералов и копь-музей Мокрушу. Власти Берёзовского – музей изумрудов. Власти Миасса –

Существует ли Юго-Западная Сибирь?

V. Эпилог. О «брендинге регионов».

Восприятие подвластной территории как исчерпаемого ресурса, вроде нефти.

В отличие от нефти, весь этот ресурс нельзя просто продать : специфическая культурная политика, в т.ч. – тюменские примеры.

Брендинг как нанотехнологии.

Отсутствие предварительной стратегии. Идиосинкразия к конкурентам при собственной некомпетентности.

