

КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ ЭФФЕКТИВНОСТИ СИМВОЛИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ В КОНТЕКСТЕ ИЗУЧЕНИЯ ПРАКТИК РЕГИОНАЛЬНОЙ ПОЛИТИКИ ИДЕНТИЧНОСТИ¹

С. К. Калашникова

Калашникова Софья Константиновна

Санкт-Петербургский государственный университет, Университетская наб. 7/9, Санкт-Петербург, 199034, Россия.

Эл. почта: sofyaikalashnikova15@gmail.com. ORCID 0000-0001-9837-3363

Аннотация. Возможность оценки политических процессов символического спектра является дискуссионным вопросом. Выявить критерии эффективности данного политического направления можно при рассмотрении политики идентичности как политического курса («identity policy») с соответствующими декларируемыми задачами и достижимыми результатами. Подходы к оценке эффективности политической деятельности могут быть разделены на два типа: внутренний (оценка качеств самой политической элиты) и внешний (оценка социального эффекта). При исследовании политики идентичности отечественные авторы используют оба подхода, которые на эмпирическом уровне включают в себя экспертные интервью, метод «case-study», опросы населения и анализ политического дискурса. В контексте исследования политики идентичности в регионах России инструментальный подход остается основным трендом, поэтому оценка усилий, предпринимаемых региональными властями для формирования территориального бренда, имеет ключевое значение для анализа политики идентичности в целом. В статье рассматриваются успешные кейсы интеграции территориального брендинга в общую канву региональной политики идентичности. Проведенный анализ авторских методик по измерению эффективности символической политики позволил сформировать некоторые фокусы исследования данного политического курса.

Ключевые слова: эффективность политической деятельности, символическая политика, политика идентичности, региональная идентичность, регионы России, брендинг территорий.

Введение: применение категории «эффективность» в политологии

Понятие эффективности часто используется не только в рамках научного дискурса, но и широко распространено в программах политических партий, речах зарубежных и российских политиков. Данный термин стал своеобразным маркером успешного развития общества и показателем оптимального государственного управления. Однако вопрос определения критериев эффективности политико-социальных процессов, в особенности практик символического поля, остается открытым.

Эффективность — термин, не имеющий единой смысловой интерпретации. Определение сущности понятия «эффективность» в зарубежном опыте неоднозначно. Различают три категории понятий: «effectiveness» (непосредственно наличие определенного эффекта), «efficiency» (результативность) и «productivity» (производительность). Встречаются и такие понятия, как «efficacy» (близкое к экономической эффективности в организационно-техническом плане) и «performance» (система оценочных критериев для анализа качества государственного управления) (Курочкин, 2013).

¹ Исследование выполнено в СПбГУ при финансовой поддержке Российского научного фонда в рамках научного проекта № 23-28-00933 «Политика идентичности в российских агломерациях в контексте международного опыта».

В то же время, понятие эффективности неразрывно связано с политической деятельностью, так как имеет место декларирование определенных целей, что ведет к возникновению определенных ожиданий у участников процесса (Юрескул, 2013).

В контексте эффективности политической деятельности разработка данного понятия и его критериев осуществляется в двух направлениях: оценка качеств самой политической элиты: ее внутренних свойств, «правил игры», используемых каналов рекрутирования (Смирнов, 2007) (этот подход можно условно обозначить как внутренний); оценка государственного управления: процесса принятия решений, реализации принимаемых мер и социального эффекта (этот подход ориентируется на внешние результаты деятельности государства).

В рамках первого направления понятие эффективности рассматривается через призму базовых политологических подходов: классового, элитистского, цивилизационного, психологического, качественного, институционального, сетевого, функционального и системного (Гаева, 2012). Соответственно в каждом из этих подходов определяется специфический критерий эффективности деятельности элит. Системный подход активно используется и во втором (внешнем) направлении измерения эффективности. Для определения эффективности в этом случае рассматривается модель «черного ящика» Д. Истона: проводится оценка ресурсов на «входе» и результатов преобразования «на выходе» (Ахременко, 2013).

Таким образом, эффективность деятельности властных структур рассматривается, во-первых, как уровень выполнения определенных задач и функций государства и, во-вторых, как оценка этой деятельности гражданами.

В менеджменте полученный результат также соотносится не только с затраченными ресурсами, но и с оценкой влияния деятельности на объект воздействия (фактор социальной оправданности результата), что является отсылкой к проблеме эффективности публичной власти. Фактор социальной оправданности результата — ключевая характеристика, необходимая для оценки целесообразности реализуемых действий, их корректировки или даже полной трансформации в случае отсутствия социального эффекта.

Использование понятия «эффективность» по отношению к измерению политики идентичности считается спорным в том числе из-за соотнесения центральной категории исследования или с видом политической борьбы (politics), или с политическим курсом (policy). Выбор, в каком смысле использовать данное понятие, зависит от того, кого исследователь рассматривает в качестве ключевого агента политики идентичности (Цумарова, 2012).

Методология и методы исследования

В качестве методологической основы был использован конструктивистский подход, так как он предполагает рассмотрение социальной реальности в качестве конструкта, который формируется под воздействием деятельности различных социальных групп. В рамках данного подхода политика идентичности детерминруется как деятельность политических акторов, направленная на продвижение определенных стереотипов массового сознания и способов интерпретации социальной реальности (Малинова, 2010).

По мнению классиков направления П. Бергера и Т. Лукмана (1995), индивиды сами конструируют социальную реальность в рамках существующей культуры, а также создают и воспроизводят модели социального взаимодействия. Идентич-

ность конструируется, опираясь на осознание своего места в мире, включает в себя представления индивида о себе, оценочные и смысловые компоненты. Процессы категоризации и соотнесения тесно связаны с социальными, экономическими и политическими условиями. Таким образом, можно сказать, что конструирование культурного единства группы есть смысл ее существования.

Работа фокусируется на сравнении различных методик оценки политики идентичности на национальном (гражданском) и региональном уровнях, представленных в работах отечественных исследователей. Используется метод case-study для выявления региональных практик формирования территориальной идентичности в целом и брендинга как инструментального направления политики идентичности, в частности.

Исследовательские фокусы оценки политики идентичности

Несмотря на сложность интерпретации термина «идентичность» и чрезмерную аналитическую перегруженность (Брубейкер, Купер, 2000), данное направление остается крайне востребованным и в рамках научного дискурса, и в контексте практико-ориентированной политической деятельности. Представляется сомнительной возможность разработки единого аналитического инструментария для изучения идентичности, однако за последние 5 лет отечественными исследователями был апробирован широкий спектр эмпирических методик в этой сфере.

Метод экспертных интервью активно используется как в политологических исследованиях (Белов, 2018; Озерова, 2018), так и в работах экономистов, акцентирующих внимание на брендинге территорий как на категории маркетинга (Пашкус, 2016). Предлагаемые авторами критерии и факторы эффективности политики идентичности базируются на экспертных оценках научного сообщества и представителей политических структур, которые играют значимую роль в формировании как национальной (гражданской), так и региональной идентичности (Попова, 2019; Шентякова, 2019; Авксентьев, 2017).

Кроме того, проводятся массовые опросы жителей регионов, направленные на фиксацию и оценку общественного эффекта проводимых государственными институтами мер (Шульга, Медведев, 2017; Мартынов, Пуртова, 2019). Стоит отметить еще один комплексный подход отечественных авторов в рамках изучения символической политики: комбинированные методики (метод «case-study», архетипический анализ, метод дескриптивного анализа и др.) применяются для оценки представленных образов СССР/России (и их «соперников») в компьютерных играх (Федорченко, Тедиков, Теслюк, Маркарян, 2019; Белов, Кретьева, 2020).

Особый интерес представляет потенциал применения дискурс-анализа данных для изучения политики идентичности и политики памяти. В одной из последних работ М. В. Назукиной и Е. Ю. Филипповой (2019) была реализована практика применения дискурс-анализ поздравительных текстов, встроенного в кросс-региональный сравнительный анализ 20 российских республик за период с 2012 по 2019 г. Авторы приходят к выводу, что «Дни республики» могут служить площадкой для актуализации этнического компонента со стороны представителей власти республик.

Ярким примером анализа дискурсивных практик в контексте изучения особенностей национальной символической политики являются недавние работы О. В. Малиновой (2018), посвященные репрезентациям исторического опыта 1990-х как представителями либеральных партий, так и В. В. Путиным в контексте фор-

мирования мифов о данном периоде. По утверждению автора, мнемонические стратегии спикеров часто продиктованы практическими задачами, например, необходимостью конструирования границ сообществ (Малинова, 2019).

Специфика политики идентичности в регионах России

Первая волна регионализации 1990-х гг. в России имела выраженное этническое основание. В 2000-х гг. этот процесс актуализировался в контексте отношений периферии и центра. Сегодня в стране наблюдается регионализация «нового типа»: она базируется не только на политико-административном делении субъектов, но и зависит от ряда культурно-экономических факторов.

В.К. Логинов определяет регион как «совокупность территорий, которые приобрели политический смысл» (2013). Территория, в свою очередь, выступает физическим основанием для формирования региона; создает пространственные рамки его восприятия, ограничивая зону жизнедеятельности регионального сообщества.

По мнению Д. С. Докучаева (2018), региональная идентичность проявляет себя на двух уровнях. Речь идет о соотношении «смыслового мира человека», в первую очередь, с личными интеллектуальными и эмоциональными явлениями и их материальной средой; во вторую очередь, с социальным целым (региональным сообществом). Политика формирования региональной идентичности предполагает наличие механизмов воздействия на оба уровня.

Отечественные авторы говорят о существовании двух типов региональной идентичности. Инклюзивная идентичность направлена на гармонизацию представлений о региональном и национальном сообществе, в то время как в рамках эксклюзивного типа идентичности, напротив, региональный уровень противопоставляется национальному (Цумарова, 2014).

В российских регионах характер отношений этих уровней идентичности не является одинаковым для всех субъектов. Существуют три вида регионального самосознания (Туровский, 1999): доминирование региональной идентичности над российской (характерно для большинства российских республик); «двойная идентичность» (региональный и федеральный уровень не входят в явное противоречие, преобладает в большинстве краев и областей России); наднациональный характер региональной идентичности (актуален для некоторых республик, например, Республика Саха).

Важную роль в конструировании региональных идентичностей жителей ряда субъектов Российской Федерации играет репрезентация образов прошлого. Анализируя опыт использования болгарского наследия политической элитой современного Татарстана, К. А. Озерова приходит к выводу, что реконструирование и трансляция этнополитических мифов о сильных предках и их богатом культурно-экономическом опыте прошлого может служить базой для формирования региональной идентичности жителей региона сегодня (Озерова, 2018).

Татарстан в целом может быть рассмотрен как один из самых успешных кейсов конструирования региональной идентичности в условиях регионализации пространства России после разрушения фундамента советской идентичности. Несмотря на то, что в республике были сильны дезинтеграционные процессы в 1990-х гг., в период 2000-х за республикой закрепилось метафорическое обозначение «Модель Татарстана» благодаря «образцовой» продуктивной интеграции в общероссийское пространство. Л. В. Сагитова (2018) утверждает, что ключевую роль в нейтрализации конфликтного потенциала этнического фактора сыграла согла-

сованность позиций федеральной и региональной элит. Поступательное решение вопросов социально-экономического и этнокультурного развития региона создало устойчивые основания для процесса эффективной интеграции республиканской идентичности в общегражданскую канву. Возможно, данный феномен связан с наличием инновационного компонента в позиционировании региона: основание Иннополиса по инициативе федеральных властей в 2012 г. занимает важное место в формировании образа региона как российской IT-столицы.

В.А. Авксентьев (2014) считает, что результаты исследований гражданской, этнической, конфессиональной и региональной идентичности в южном макрорегионе демонстрируют наличие противостояния разных компонентов матрицы идентичности жителей. Подобное состояние конкурентности вынуждает носителя идентичности постоянно находиться в состоянии выбора, а значит, внутренний конфликт является неизбежным. Автор утверждает, что в такой ситуации самым очевидным, хотя зачастую неосозанным, выбором для жителей кавказского региона становится актуализация этнического компонента.

Недавняя работа М. В. Назукиной (2020) подтверждает, что персоналистские идентификаторы (культурные герои территории) являются важным маркером этнической идентичности в российских регионах. Базируясь на анализе итогов конкурса «Великие имена России» в ряде республик, автор делает вывод, что элиты этнических регионов склонны отстаивать свою самостоятельность в вопросах наполнения символического поля, а также на некоторую автономность при реализации политики памяти. Таким образом, ситуативное доминирование этнического компонента региональной идентичности в национальных республиках все еще остается проблемным полем для федеральной элиты государства.

Еще одной на данный момент неразрешенной проблемой политики идентичности на региональном уровне является отсутствие точной ориентации элит на один из двух стратегических подходов. Консервативная и инновационная модели часто пересекаются в рамках одного региона, что свидетельствует об интуитивном характере политической деятельности в этой сфере. Об этом могут свидетельствовать результаты проведенного дискурс-анализа публичных выступлений губернаторов Санкт-Петербурга с целью выявления символических оснований для реконструкции образа города и образа «мы»-сообщества (Калашикова, 2020). С одной стороны, жителям предлагается инновационный образ будущего города, во многом ориентирующийся на европейские примеры («комфорт», «высокое качество жизни»), а с другой — единственной активно используемой символической базой для объединения жителей региона остается советская риторика Дня Победы и блокадного города.

Брендинг как направление региональной политики идентичности

Говоря о научно-исследовательских тенденциях, стоит отметить, что в разработке проблематики региональной политики идентичности инструментальный взгляд сохраняется в качестве устойчивого тренда. Построение идентичности становится источником развития региона (Назукина, 2014), а символический капитал нередко конвертируется в инвестиционную привлекательность субъекта.

Территориальный маркетинг проводится в «интересах территории, ее внутренних субъектов, а также внешних субъектов, во внимании которых она заинтересована» (Морозова, 2011). Территориальный маркетинг также может рассматриваться как некая платформа взаимодействия региональных властей, представителей бизне-

са, общественных организаций и жителей региона. Наличие четко определенной маркетинговой стратегии развития региона, направленной на формирование притягательного имиджа территории в долгосрочной перспективе, обозначается как брендинг территории.

Эмпирические исследования подтверждают, что существует тесная взаимосвязь между брендом территории и поведением местных жителей (Braun, 2013). Население региона выполняет как минимум три важные функции: во-первых, жители выступают в роли «амбассадоров», или послов бренда, так как поведение, демонстрируемое ими, коммуникационные особенности и другие характеристики влияют на общее восприятие территории; во-вторых, жители являются частью интегрированного плана по продвижению территории; в-третьих, именно население делает легитимными или нелегитимными любые мероприятия по продвижению территории (Кулибанова, Тэор, 2017). Исходя из вышесказанного, можно сделать вывод, что жителей региона необходимо рассматривать в качестве одного из основных стейкхолдеров брендинга территории.

Брендинг регионов преследует выполнение ряда задач, некоторые из которых схожи с задачами политики идентичности регионального уровня. Для теории территориального брендинга решение таких вопросов, как легитимация текущего положения, стимулирование положительных компонентов региональной идентичности жителей, не менее значимо, чем привлечение инвестиций и повышение позиции региона в федеральных рейтингах (Кулаков, 2019).

Эффективный брендинг территории не всегда представляет собой единую гомогенную программу. В случае с мегаполисами проблема большого количества символических оснований часто не позволяет объединить все доминанты в единую стратегию. Поэтому существует «зонтичная» практика создания нескольких региональных брендов, которые будут отражать актуальные для разных целевых аудиторий специфические черты.

Например, Москва, являясь столицей России, не нуждается, как может показаться на первый взгляд, в использовании дополнительных маркетинговых инструментов позиционирования. Однако в условиях нестабильного положения России на международной арене политические «репутационные» риски берет на себя именно столичный регион. Проект «Сделано в Москве» ставил своей целью международное бизнес-позиционирование региона и страны в целом, делая акцент на разработанных в столице инновационных продуктах. Департамент предпринимательства и инновационного развития (Московский экспортный центр) проводит работу по поиску и международной презентации уникальных решений, которые не имеют аналогов в мире. Программа «Made in Moscow» стартовала в 2016 г. при 100%-й финансовой поддержке правительства Москвы. Также организуются деловые встречи участников с инвесторами и международными компаниями, что свидетельствует о стратегических намерениях инициаторов проекта вовлечь отечественных производителей в международное бизнес-сообщество.

В целом событийная направленность брендинга российских регионов является преобладающей на сегодняшний день. Национальное конгресс-бюро совместно с Выставочным научно-исследовательским центром R&C ежегодно формирует рейтинг событийного потенциала регионов. Лидеры рейтинга в течение последних лет остаются неизменны, и даже пандемия коронавирусной инфекции, а точнее ограничительные меры на проведение массовых мероприятий, не изменили по-

ложение высокорейтинговых регионов. Санкт-Петербург, Екатеринбург, Казань и Сочи сохранили свои позиции, а Уфа, Калининград, Красноярск и Владивосток продемонстрировали рост.

Возможности и ограничения оценки эффективности политики идентичности

Основными тенденциями, отражающими специфику политики идентичности в регионах Российской Федерации, являются: вопросы включенности регионального позиционирования в общенациональную повестку; преобладание инструментального подхода к конструированию региональной идентичности; отсутствие стратегического подхода элит к конструированию идентичности на региональном уровне и, как следствие, фрагментарность данного политического курса, характерная для многих регионов страны.

Опираясь на опыт оценки эффективности различных аспектов символической политики, автор предлагает использовать интегративный (или комплексный) подход. Алгоритм исследования основывается на системе следующих индикаторов: наличие последовательной, стратегической деятельности властей по формированию региональной идентичности; разработка и реализация различных направлений политики идентичности; информирование и вовлечение жителей региона в актуальную региональную повестку; тождественность образа региона и горожан в представлениях властей и жителей города; согласованность и единомысленность политических и социально-культурных практик; высокий уровень удовлетворенности населения региона деятельностью властей; степень значимости региональной составляющей идентичности среди иных компонентов различных видов идентичности. Рассмотрим кейс Санкт-Петербурга для демонстрации того, как различные эмпирические методики могут быть применены для оценки эффективности региональной политики идентичности согласно выявленным выше индикаторам.

Наличие последовательной стратегической деятельности в данном направлении может быть оценено посредством анализа институционального аспекта: наличие профильных государственных программ и соответствующих исполнителей, а также стратегии развития региона. Кроме формального наличия автором было учтено мнение экспертов (представителей власти, научного сообщества и гражданских активистов) касательно эффективности работы этих институтов. Ключевыми институтами в регионе являются: Комитет по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры; Комитет по культуре; Комитет по молодежной политике и взаимодействию с общественными организациями; Комитет по печати и взаимодействию со средствами массовой информации и подведомственная структура Городской центр рекламы и праздничного оформления; Комитет по развитию туризма Санкт-Петербурга и подведомственная структура Конгрессно-выставочное бюро Санкт-Петербурга. Проблему формирования региональной идентичности жителей Санкт-Петербурга в большей степени затрагивает государственная программа «Создание условий для обеспечения общественного согласия в Санкт-Петербурге» и Стратегия социально-экономического развития Санкт-Петербурга на период до 2035 г. Однако последовательность этой деятельности оценивается экспертами неоднозначно: отмечается хаотичность предпринимаемых усилий («*Должно быть*

глобальное видение: какой город мы хотим видеть через 15–20 лет? У нас есть стратегия развития города. Она красивая, там правильные слова звучат, но этот документ мало исполняется... Должна быть единая картинка... Каждое направление формирует определенные сроки, механизм контроля»).

В Санкт-Петербурге разрабатывается и реализуется несколько направлений политики идентичности (второй упомянутый выше индикатор): проведение массовых городских мероприятий, основанных на памятных, исторических датах, конструирование символического городского пространства средствами топонимической политики и попытки брендинга территории. Наличие инициатив в этой области говорит о заинтересованности власти в реализации отдельных мероприятий по формированию и укреплению региональной идентичности, однако отмечается интуитивно-стихийный подход политической элиты к этому вопросу. В этом случае информация для анализа и понимания ситуации в регионе может быть собрана с сайтов профильных ИОГВ, а также в региональных СМИ.

Для рассмотрения следующих индикаторов (информирование и вовлечение жителей региона в актуальную региональную повестку; тождественность образа региона и горожан в представлениях властей и жителей города) автором использовались такие методы как проведение и анализ данных массового онлайн-опроса жителей региона (бесповоротная квотная выборка при контроле пола, возраста, района проживания; объем выборочной совокупности 1100 респондентов; 2020–2021 г.), а также дискурс-анализ публичных выступлений лидеров региона (142 текстовых фрагмента выступлений Г. С. Полтавченко и А. Д. Беглова за 2013–2020 г.). Кратко характеризуя информирование и вовлеченность жителей, можно отметить, что только 36% горожан активно интересуются (чаще двух раз в месяц) массовыми региональными мероприятиями, в то время как треть опрошенных абсолютно равнодушна к массовым праздникам и никогда не принимает в них участия. Однако в то же время, говоря о топонимической политике, одном из самых закрытых для участия горожан направлении, петербуржцы выражают активную заинтересованность: топонимическую политику, по мнению большинства респондентов (78%), должны формировать жители города. Остановившись на тождественности образа региона в представлениях властей и жителей, автор столкнулся со сложностями выявления базовых символических оснований для реконструкции данного образа, которые предлагаются региональными политическими лидерами.

Согласованность и единоподнаправленность политических и социально-культурных практик является еще одним значимым индикатором. Здесь автором использовались данные анализа материалов СМИ, а также экспертных интервью. В случае Петербурга можно говорить, например, о наличии проблем в области градозащитного движения, подтверждающих конфликты между представителями власти и гражданского общества: вопрос о ликвидации/сохранении граффити-портрета Даниила Хармса в центре города, проблема сохранения непризнанного исторического памятника архитектуры Дома Басевича и др. Возникновение зачастую неформальных институтов гражданского общества мотивировано желанием группы единомышленников решить какую-либо городскую проблему. «Проблемный» механизм возникновения общественных движений определяет сферы деятельности новых организаций: для Петербурга такими триггерами становятся вопросы сохранения историко-архитектурного наследия, проблемы благоустройства города, реже экологическая и культурологическая повестки.

Оценивая уровень удовлетворенности населения региона деятельностью властей, автор обращалась к результатам упомянутого выше массового опроса петербуржцев.

Для всех возрастных групп населения свойственна низкая оценка деятельности властей: по пятибалльной шкале «удовлетворительно» и ниже региональным политическим институтами поставили 88% респондентов; районным органам — 84%; муниципальному уровню — 80% соответственно.

Опросные методики также незаменимы для определения степени значимости региональной составляющей территориальной идентичности. Жителей Северной столицы отличает высокий уровень регионального патриотизма: 84% петербуржцев испытывают чувство гордости на основании своей принадлежности к региону. Также 74% опрошенных согласились с утверждением «Я хочу, чтобы следующие поколения моей семьи жили в Петербурге». Для представителей всех возрастов региональная идентичность является приоритетной по отношению к общегражданской («я-россиянин») и национальной («я-представитель своего народа», т.е. русский, бурят, чеченец и т.д.). Однако молодежь больше склонна оценивать себя как европейцев, чем представители старшего поколения (у респондентов в возрасте 18–30 лет «петербургский» компонент практически равен европейскому).

В итоге: уровень региональной идентичности петербуржцев может быть оценен, как высокий, однако вопрос значимости именно политики идентичности как деятельности властей для ее формирования и укрепления, остается дискуссионным. На первый план выходят не вопросы выбора, например, одной из символических доминант Петербурга для событийного позиционирования или стратегического брендинга региона, а выстраивание системы равноправного взаимодействия и открытого публичного диалога между рядовыми жителями, представителями гражданского общества и властью. Цитируя одного из экспертов исследования, «...городская власть обязана выстраивать образ будущего Петербурга ...это должно определяться и представлениями самих граждан о будущем города».

Выводы

Таким образом, из-за диффузии политики идентичности и отсутствия четких институциональных рамок оценка эффективности может производиться через комплекс эмпирических исследований, обязательно включающий в себя влияние предпринимаемых мер на предполагаемый «объект» политики идентичности — жителей региона. Значимость массовых опросов для оценки социального эффекта предпринимаемых мер была подтверждена в ходе региональных исследований (город Санкт-Петербург (Калашикова, 2022), Ханты-Мансийский автономный округ (Мартынов и др., 2019)). Открытым остается вопрос об обоснованности использования категории «объект» в отношении населения региона, так как модель соучастия, или даже сотворчества, может быть более подходящей для описания происходящих сегодня процессов.

Так как основным актором реализации данного направления остается государство, существует необходимость выделения конкретных органов власти, а также подведомственных учреждений, отвечающих за результат проводимой политики идентичности, и анализа осуществляемой ими деятельности. Важную роль играют государственные программы и обращения лидеров, в которых в «распыленном» виде присутствует декларируемый образ региона и сообщества. Также в план исследования могут быть включены экспертные интервью с представителями властных структур, гражданского и научного сообщества с целью анализа ценностных ориентиров, внутренних мотивов и общего понимания сущности феномена «политики идентичности» тех, кто обладает опытом работы в данной сфере.

Библиографический список

- Авксентьев, В. А. (2014). Портфель со множеством идентичностей: взаимодополнение, конкуренция или единство? В *Справедливость как ценность, идея и общественная практика в современном мире и России* (с. 7–10). М.: РАПН Институт «Справедливый мир».
- Авксентьев, В. Б., Аксюмов, Б. В., Васильченко, В. А. (2017). Политика идентичности в современной России: конструкция и деконструкция (экспертное мнение). *Научная мысль Кавказа*, 3, 23–32.
- Ахременко, А. С., Юрескул, Е. А. (2013). Эффективность государственного управления: политологический и экономический подходы. *Общественные науки и современность*, 1, 77–88.
- Белов, С. И. (2018). Недостатки формирования политики памяти в России (результаты обобщения экспертных мнений). *Вестник РУДН. Серия: Политология*, 2, 269–277.
- Белов, С. И., Кретьова, А. А. (2020). Компьютерные игры как ресурс реализации политики памяти: практический опыт и скрытые возможности (на материалах позиционирования событий Великой Отечественной войны). *Вестник МГОУ. Серия: История и политические науки*, 1, 54–63.
- Бергер, П., Лукман, Т. (1995) *Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания*. Москва: Медиум.
- Бренд «Made in Moscow» все более узнаваем за рубежом (2019). *News Rambler*. Режим доступа <https://news.rambler.ru/other/42404216-brend-made-in-moscow-vse-bolee-uznavаем-za-rubezhom/>
- Брубейкер, Р., Купер, Ф. (2000). За пределами «идентичности». *Теория и общество*, 1, 34–52.
- Гаева, А. В. (2012). Теоретические подходы к изучению эффективности деятельности политической элиты. *Вестник ВолГУ*, 1, 125–131.
- Докучаев, Д. С. (2018). Региональная идентичность в Ивановской области: конкурирующие дискурсы в политике конструирования образа территории. *Дискурс-Пи*, 3–4, 173–182.
- Калашникова, С. К. (2020). Региональная политика идентичности: образ Санкт-Петербурга в дискурсе лидеров региона. *Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС*, 16(4), 505–517.
- Калашникова, С. К. (2022). Эффективность региональной политики идентичности в общественном мнении: опыт г. Санкт-Петербурга. *Социально-политические исследования*, 3(16), 65–79.
- Кулаков, С. В. (2019). Территориальный брендинг как инструмент формирования позитивной региональной политической идентичности. *PolitBook*, 2, 101–115.
- Кулибанова, В. В., Тэор, Т. Р. (2017). Выявление важнейших групп стейкхолдеров для целей реализации политики территориального брендинга в Санкт-Петербурге. *Балтийский регион*, 3, 128–149.
- Курочкин, А. В. (2013). «Коммуникативная эффективность»: концептуализация понятия и перспективы использования в теории и практике государственного управления. *Человек. Сообщество. Управление*, 4, 83–92.
- Логинов, В. К. (2013). Концепт «регион» и «территория» в структуре территориальной идентичности. *Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки*, 3, 112–120.
- Малинова, О. Ю. (2010). Символическая политика и конструирование макрополитической идентичности в постсоветской России. *Полис. Политические исследования*, 2, 90–105.
- Малинова, О. Ю. (2018). Обоснование политики 2000-х годов в дискурсе В. В. Путина и формирование мифа о «лихих девяностых». *Политическая наука*, 3, 53–84.
- Малинова, О. Ю. (2019). Конструирование смысловых рамок памяти о реформах 1990-х гг. В либеральном дискурсе 2000-х гг. *Южно-российский журнал социальных наук*, 3, 91–105.
- Мартынов, М. Ю., Пуртова, В. С. (2019). Ценности патриотизма и формирование гражданской идентичности (по материалам социологического опроса в Югре). *Вестник Удмуртского университета. Социология. Политология. Международные отношения*, 1, 14–19.
- Морозова, Е. В. (2011). Локальная идентичность и проблемы ее конструирования (кейс Краснодарского края). В *Идентичность как предмет политического анализа: сборник статей по итогам Всероссийской научно-теоретической конференции* (с. 231–237). Москва: ИМЭМО РАН.

- Назукина, М. В. (2014). Новые тенденции в политике идентичности на региональном уровне в России: акторы, специфика, тренды. *Научный ежегодник Института философии и права Уральского отделения Российской академии наук*, 3, 137–150.
- Назукина, М. В. (2020). Конкурс «Великие имена России» в российских республиках: этнический дискурс политики идентичности. *Мир России*, 1, 132–152.
- Назукина, М. В., Филиппова, Е. Ю. (2019). Поздравительный дискурс «дня республики» как компонент региональной политики идентичности: этничность имеет значение? *ARS ADMINISTRANDI*, 4, 345–359.
- Озерова, К. А. (2018). Наследие Волжской Булгарии и региональная идентичность: политика памяти и «изобретение» традиций. *Историческая и социально-образовательная мысль*, 2/2, 127–132.
- Пашкус, В. Ю., Пашкус, Н. А., Пашкус, М. В. (2016). Создание сильного культурного бренда Санкт-Петербурга: прорывное позиционирование и подходы к оценке. *Региональная экономика: теория и практика*, 4, 19–30.
- Попова, О. В. (2019). Государственная политика идентичности как теоретический конструкт и реальная практика: опыт экспертных оценок российских исследователей. *Южно-российский журнал социальных наук*, 4, 74–91.
- Программа «Сделано в Москве» (2018). ГБУ «Малый бизнес Москвы». Режим доступа https://mbm.mos.ru/article/prodvijenie-i-sbit/eksport/programma-sdelano-v-moskve-made-in-moscow_1684
- Рейтинг событийного потенциала регионов (2021). Фонд Росконгресс. Режим доступа <https://roscongress.org/materials/rejting-sobytiynogo-potentsiala-regionov-2020/>
- Сагитова, Л. В. (2018). Политика идентичности Татарстана в контексте становления федеративных отношений в современной России. *Вестник МГОУ*, 4, 135–147.
- Смирнов, Д. С. (2007). Ценностные ориентации политической элиты как фактор ее эффективности. *Власть*, 2, 18–22.
- Туровский, Р. Ф. (1999). Региональная идентичность в современной России. В *Российское общество: становление демократических ценностей: сборник статей* (с. 87–136). М.: Гендальф.
- Федорченко, С. Н., Тедиков, Д. О., Теслюк, К. В., Маркарян, Р. А. (2019). Сетевые компьютерные игры в эпоху цифровизации: новые угрозы или потенциалы для реализации политики памяти? *Вестник МГОУ*, 3, 67–86.
- Цумарова, Е. Ю. (2012). Политика идентичности: politics или policy? *Вестник Пермского университета*, 2, 5–16.
- Цумарова, Е. Ю. (2014). *Политика идентичности в регионах России: теоретический и практический аспекты (на примере Республики Карелия)* (Кандидатская диссертация). Санкт-Петербург.
- Шентякова, А. В. (2019). Консолидация элит и лидерство как факторы эффективности политики идентичности (по оценкам экспертов). *Социодинамика*, 12, 9–17.
- Шульга, Е. П., Медведев, В. В. (2017). Этническая идентичность студенчества: опыт этносоциологического опроса регионального университета. *Вестник Сургутского государственного педагогического университета*, 5, 186–194.
- Юрескул, Е. А. (2013). Влияние институциональных характеристик политической системы на эффективность государственной власти. *Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС*, 3, 228–249.
- Braun, E. (2013). My city – my Brand: The Different Roles of Residents in Place Branding. *Journal of Place Management and Development*, 6(1), 18–28.

Статья поступила в редакцию 20.12.2022
Статья принята к публикации 22.01.2023

Для цитирования: Калашикова С. К. Критерии оценки эффективности символической политики в контексте изучения практик региональной политики идентичности. *Южно-российский журнал социальных наук*. 2022. Т. 23. № 3. С. 33–47.

CRITERIA FOR ASSESSING THE EFFECTIVENESS OF SYMBOLIC POLITICS IN THE CONTEXT OF THE STUDY OF REGIONAL IDENTITY POLITICS PRACTICES

S. K. Kalashnikova

Sof'ya K. Kalashnikova

St. Petersburg State University, Universitetskaya nab. 7/9, St. Petersburg, 199034, Russia

E-mail: sofyakalashnikova15@gmail.com. ORCID 0000-0001-9837-3363.

Acknowledgements. The research was conducted at St. Petersburg State University with the financial support of the Russian Science Foundation under research project N 23-28-00933 "Identity politics in Russian agglomerations in the context of international experience".

Abstract. Judging political processes across the symbolic spectrum is controversial. The criteria for the effectiveness of this political direction can be revealed by examining the identity politics as a political course, with the respective stated objectives and achievable results. Approaches to assessing the effectiveness in political practice can be divided broadly into two types: internal (those assessing the qualities of the political elite itself) and external (those assessing the social effect). When studying identity politics, Russian authors employ both approaches, which at the empirical level incorporate expert interviews, the "case-study" method, population surveys, and the analysis of political discourse. Within Russian regional identity politics research, an instrumental approach is still a major trend, and therefore the assessment of the regional authorities' efforts toward shaping a territorial brand is crucial in analyzing identity politics as a whole. In this article, we examine some successful cases where territorial branding was integrated into the overall picture of regional identity politics. By analyzing the author's techniques on measuring the effectiveness of symbolic politics, we were able to form a number of focuses for the research of this political course.

Keywords: effectiveness of political activities, symbolic policy, identity politics, regional identity, Russian regions, territory branding.

DOI 10.31429/26190567-23-3-33-47

References

- Akhremenko, A. S., Yureskul, Ye. A. (2013). Effektivnost' gosudarstvennogo upravleniya: politologicheskii i ekonomicheskii podkhody [Public Administration Efficiency: Political and Economic Approaches]. *Obshchestvennyye nauki i sovremennost'* [Social Sciences and Contemporary World], 1, 77–88.
- Avksent'yev, V. A. (2014). Portfel' so mnozhestvom identichnostey: vzaimodopolnenie, konkurentsiya ili yedinstvo? [Multi-identity Portfolio: Mutual Dependence, Rivalry, or Solidarity?] In *Spravedlivost' kak cennost', ideya i obshchestvennaya praktika v sovremennom mire i Rossii* [Justice as a Value, an Idea, and a Social Practice in the Modern World and in Russia] (pp. 7–10). M.: RAPN Institut "Spravedlivyy mir".
- Avksent'yev, V. B., Aksyumov, B. V., Vasil'chenko, V. A. (2017). Politika identichnosti v sovremennoy Rossii: konstrukciya i dekonstrukciya (ekspertnoye mneniye) [Identity Politics in Russia: Construction and Deconstruction (Experts' Opinion)]. *Nauchnaya mysl' Kavkaza* [Scientific Thought of Caucasus], 3, 23–32.
- Belov, S. I. (2018). Nedostatki formirovaniya politiki pamyati v Rossii (rezul'taty obobshcheniya ekspertnykh mneniy) [Disadvantages of The Formation of The Memory Policy in Russia (The Results of The Generalization of Expert Opinions)]. *Vestnik RUDN. Seriya: Politologiya* [RUDN Journal of Political Science], 2, 269–277.
- Belov, S. I., Kretova, A. A. (2020). Komp'yuternyye igry kak resurs realizacii politiki pamyati: prakticheskii opyt i skrytyye vozmozhnosti (na materialakh pozicionirovaniya sobyitiy Velikoy Otechestvennoy voyny) [Computer Games as a Resource of The Politics of Memory: Practical Experience and Hidden Opportunities (Based on Games Representing World War II Events)].

- Vestnik MGOU. Seriya: Istoriya i politicheskiye nauki* [Bulletin of Moscow Region State University. Series: History and Political Sciences], 1, 54–63.
- Berger, P., Lukman, T. (1995). *Social'noye konstruirovaniye real'nosti. Traktat po sociologii znaniya* [The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge]. Moskva: Medium.
- Braun, E. (2013). My City — my Brand: The Different Roles of Residents in Place Branding. *Journal of Place Management and Development*, 6(1), 18–28.
- Brend “Made in Moscow” vse bolee uznavaem za rubezhom [The “Made in Moscow” Brand is Increasingly Recognizable Abroad] (2019). *News Rambler* [News Rambler]. Retrieved from <https://news.rambler.ru/other/42404216-brend-made-in-moscow-vse-bolee-uznavaem-za-rubezhom/>
- Brubeyker, R., Kuper, F. (2000). Za predelami “identichnosti” [Beyond “Identity”]. *Teoriya i obshchestvo* [Theory and Society], 1, 34–52.
- Dokuchayev, D. S. (2018). Regional'naya identichnost' v Ivanovskoy oblasti: konkuriruyushchiye diskursy v politike konstruirovaniya obraza territorii [Regional Identity in The Ivanovo Region: Competing Discourses in The Policy of Constructing The Image of The Territory]. *Diskurs-Pi* [Discourse-P], 3–4, 173–182.
- Fedorchenko, S. N., Tedikov, D. O., Teslyuk, K. V., Markaryan, R. A. (2019). Setevyye komp'yuternyye igry v epokhu cifrovizacii: novyye ugrozy ili potentsialy dlya realizacii politiki pamyati? [Network Computer Games in The Epoch of Digitalization: New Threats or Potentials for Implementing Memory Policies]. *Vestnik MGOU* [Bulletin of Moscow Region State University], 3, 67–86.
- Gayeva, A. V. (2012). Teoreticheskiye podkhody k izucheniyu effektivnosti deyatel'nosti politicheskoy elity [Theoretical Approaches to The Studying of Activity Effectiveness of Political Elite]. *Vestnik VolGU* [Vestnik Volgogradskogo Gosudarstvennogo Universiteta], 1, 125–131.
- Kalashnikova, S. K. (2020). Regional'naya politika identichnosti: obraz Sankt-Peterburga v diskurse liderov regiona [Regional Identity Politics: The Image of St. Petersburg in the Discourse of the Regional Leaders]. *Politicheskaya ekspertiza: POLITEKS* [Political Expertise: POLITEKS], 16(4), 505–517.
- Kalashnikova, S. K. (2022). Effektivnost' regional'noy politiki identichnosti v obshchestvennom mnenii: opyt g. Sankt-Peterburga [Effectiveness of Regional Identity Politics in Public Opinion: Experience of St. Petersburg]. *Social'no-politicheskiye issledovaniya* [Social and Political Researches], 3(16), 65–79.
- Kulakov, S. V. (2019). Territorial'nyy brending kak instrument formirovaniya pozitivnoy regional'noy politicheskoy identichnosti [Territorial Branding as a Tool for Formation of Positive Regional Political Identity]. *PolitBook* [Politbook], 2, 101–115.
- Kulibanova, V. V., Teor, T. R. (2017). Vyyavleniye vazhneyshikh grupp steykholderov dlya celey realizacii politiki territorial'nogo brendinga v Sankt-Peterburge [Identifying Key Stakeholder Groups for Implementing a Place Branding Policy in Saint Petersburg]. *Baltiyskiy region* [Baltiiskii Region], 3, 128–149.
- Kurochkin, A. V. (2013). “Kommunikativnaya effektivnost'”: konceptualizaciya ponyatiya i perspektivy ispol'zovaniya v teorii i praktike gosudarstvennogo upravleniya [Communicative Efficiency: Conceptualization of The Notion and The Prospects of Application in The Theory and Practice of Public Administration]. *Chelovek. Soobshchestvo. Upravleniye* [Human. Community. Management], 4, 83–92.
- Loginov, V. K. (2013). Koncept “region” i “territoriya” v strukture territorial'noy identichnosti [“Region” and “Territory” Concepts in Territorial Identity Structure]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 12. Politicheskiye nauki* [The Journal Moscow University Bulletin. Series 12. Political Science], 3, 112–120.
- Malinova, O. Yu. (2010). Simvolicheskaya politika i konstruirovaniye makropoliticheskoy identichnosti v postsovetsoy Rossii [Symbolic Politics and the Construction of Macropolitical Identity in Post-Soviet Russia]. *Polis. Politicheskiye issledovaniya* [Polis. Political Studies], 2, 90–105.

- Malinova, O. Yu. (2018). Obosnovaniye politiki 2000-kh godov v diskurse V. V. Putina i formirovaniye mifa o "likhikh devyanostykh" [Justifying the Political Course of the 2000s Ad Constructing the Myth about "The Hard Nineties" in The Vladimir Putin's Discourse]. *Politicheskaya nauka* [Political Science], 3, 53–84.
- Malinova, O. Yu. (2019). Konstruirovaniye smyslovykh ramok pamyati o reformakh 1990-kh gg. v liberal'nom diskurse 2000-kh gg. [Framing Memory About the Reforms of the 1990s in The Liberal Discourse in The 2000s]. *Yuzhno-rossiyskiy zhurnal social'nykh nauk* [South Russian Journal of Social Sciences], 3, 91–105.
- Martynov, M. Yu., Purtova, V. S. (2019). Cennosti patriotizma i formirovaniye grazhdanskoj identichnosti (po materialam sociologicheskogo oprosa v Yugre) [Values of Patriotism and Civil Identity Formation (Based on a Sociological Survey in Ugra Region)]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta. Sociologiya. Politologiya. Mezhdunarodnyye otnosheniya* [Bulletin of Udmurt University. Sociology. Political Science. International Relations], 1, 14–19.
- Morozova, Ye. V. (2011). Lokal'naya identichnost' i problemy yeye konstruirovaniya (keys Krasnodarskogo kraja) [Local Identity and Problems of Its Construction (Case of Krasnodar Krai)]. In *Identichnost' kak predmet politicheskogo analiza: sbornik statey po itogam Vserossiyskoy nauchno-teoreticheskoy konferencii* [Identity as a Subject of Political Analysis: A Collection of Articles on the Results of the All-Russian Scientific and Theoretical Conference] (pp. 231–237). Moskva: IMEMO RAN.
- Nazukina, M. V. (2014). Novyye tendencii v politike identichnosti na regional'nom urovne v Rossii: aktory, specifika, trendy [Recent Tendencies of Identity Politics on Regional Level in Russia: Actors, Specifics, Trends]. *Nauchnyy yezhegodnik Instituta filosofii i prava Ural'skogo otdeleniya Rossiyskoy akademii nauk* [Scientific Yearbook of the Institute of Philosophy and Law of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences], 3, 137–150.
- Nazukina, M. V. (2020). Konkurs "Velikiye imena Rossii" v rossiyskikh respublikakh: etnicheskii diskurs politiki identichnosti ["The Great Names of Russia" in Russian Republics: Ethnic Discourse on Identity Politics]. *Mir Rossii* [Universe of Russia], 1, 132–152.
- Nazukina, M. V., Filippova, Ye. Yu. (2019). Pozdravitel'nyy diskurs "dnya respubliki" kak komponent regional'noy politiki identichnosti: etnichnost' imeyet znachenie? ["Republic Day" Congratulatory Discourse as a Component of Regional Identity Policy: Does Ethnicity Matter?] *ARS ADMINISTRANDI* [Ars Administrandi], 4, 345–359.
- Ozerova, K. A. (2018). Naslediye Volzhskoy Bulgarii i regional'naya identichnost': politika pamyati i "izobretenie" tradicii [Volga Bulgaria Heritage and Regional Identity: The Politics of Memory and the "Invention" of Tradition]. *Istoricheskaya i social'no-obrazovatel'naya mysl'* [Historical and Social Educational Idea], 2/2, 127–132.
- Pashkus, V. Yu., Pashkus, N. A., Pashkus, M. V. (2016). Sozdaniye sil'nogo kul'turnogo brenda Sankt-Peterburga: proryvnoye pozicionirovaniye i podkhody k ocenke [The Formation of a Culturally Robust Brand of The City of St. Petersburg: Breakaway Positioning and Valuation Approaches]. *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika* [Regional Economics: Theory and Practice], 4, 19–30.
- Popova, O. V. (2019). Gosudarstvennaya politika identichnosti kak teoreticheskii konstrukt i real'naya praktika: opyt ekspertnykh ocenok rossiyskikh issledovateley [Identity Policy at National Level as a Theoretical Construct and Real Practice: Expert Assessments Attempt]. *Yuzhno-rossiyskiy zhurnal social'nykh nauk* [South Russian Journal of Social Sciences], 4, 74–91.
- Programma "Sdelano v Moskve" [Program "Made in Moscow"] (2018). *GBU "Malyy biznes Moskvy"* [GBU "Small Business of Moscow"]. Retrieved from https://mbm.mos.ru/article/prodvijenie-i-sbit/eksport/programma-sdelano-v-moskve-made-in-moscow_1684
- Reyting sobyitiynogo potentsiala regionov [Regional Event Potential Rating] (2021). *Fond Roskongress* [Roscongress Foundation]. Retrieved from <https://roscongress.org/materials/rejting-sobyitiynogo-potentsiala-regionov-2020/>
- Sagitova, L. V. (2018). Politika identichnosti Tatarstana v kontekste stanovleniya federativnykh otnosheniy v sovremennoy Rossii [The Policy of Tatarstan's Identity in The Context of Feder-

- ative Relations Formation in Modern Russia]. *Vestnik MGOU* [Bulletin of Moscow Region State University], 4, 135–147.
- Shentyakova, A. V. (2019). Konsolidatsiya elit i liderstvo kak faktory effektivnosti politiki identichnosti (po ocenkam ekspertov) [Consolidation of Elites and Leadership as The Factors of Identity Politics Effectiveness]. *Sociodinamika* [Sociodynamics], 12, 9–17.
- Shul'ga, Ye. P., Medvedev, V. V. (2017). Etnicheskaya identichnost' studenchestva: opyt etnosociologicheskogo oprosa regional'nogo universiteta [Ethnic Identity of Student Community: Experience of Ethno-Sociological Questionnaire]. *Vestnik Surgutskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta* [The Surgut State Pedagogical University Bulletin], 5, 186–194.
- Smirnov, D. S. (2007). Tsennostnyye orientatsii politicheskoy elity kak faktor yeye effektivnosti [Values of Political Elite as a Factor of Its Efficiency]. *Vlast'* [Power], 2, 18–22.
- Tsumarova, E. Yu. (2012). Politika identichnosti: politiki ili policy? [Identity Politics: Politics or Policy?]. *Vestnik Permskogo universiteta* [Perm University Herald. Juridical Sciences], 2, 5–16.
- Tsumarova, Ye. Yu. (2014). *Politika identichnosti v regionakh Rossii: teoreticheskiy i prakticheskiy aspekty (na primere Respubliki Kareliya)* [Identity Politics in Russian Regions: Theoretical and Practical Aspects (on the Example of the Republic of Karelia)] (Candidate Dissertation). Sankt-Peterburg.
- Turovskiy, R. F. (1999). Regional'naya identichnost' v sovremennoy Rossii [Regional Identity in Modern Russia]. In *Rossiyskoye obshchestvo: stanovleniye demokraticheskikh cennostey: sbornik statey* [Russian Society: The Formation of Democratic Values: Collection of Articles] (pp. 87–136). M.: Gendal'f.
- Yureskul, Ye. A. (2013). Vliyaniye institucional'nykh kharakteristik politicheskoy sistemy na effektivnost' gosudarstvennoy vlasti [Impact of Institutional Characteristics of The Political System on The Effectiveness of State Power]. *Politicheskaya ekspertiza: POLITEKS* [Political Expertise: POLITEKS], 3, 228–249.

Received 20.12.2022

Accepted 21.01.2023

For citation: Kalashnikova S. K. Criteria for Assessing the Effectiveness of Symbolic Policy in The Context of The Study of Regional Identity Policy Practices. — *South-Russian Journal of Social Sciences*. 2022. Vol. 23. No. 3. Pp. 33-47.

© 2022 by the author(s). This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).