



# ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОЛИТИКА И ПОЛИТИЧЕСКИЕ ИНСТИТУТЫ: ИСТОРИЯ И СОВРЕМЕННОСТЬ

---

---

УДК 323.1

DOI: 10.17072/2218-9173-2019-4-532-550

## СИМВОЛИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ РОССИЙСКОГО РЕГИОНАЛИЗМА: НА ПРИМЕРЕ КОНКУРСНЫХ ПРАКТИК

М. В. НАЗУКИНА

Пермский федеральный исследовательский центр Уральского отделения  
Российской академии наук, г. Пермь, Россия

---

### Для цитирования:

Назукина М. В. Символические аспекты российского регионализма: на примере конкурсных практик // *Ars Administrandi* (Искусство управления). 2019. Том 11, № 4. С. 532–550. DOI: 10.17072/2218-9173-2019-4-532-550.

---

**Введение:** федеральные символические конкурсы в современной России становятся важным инструментом конструирования национальной и территориальной идентичности. Региональные сообщества с их помощью транслируют свою уникальность через продвижение значимых культурных героев, природных и архитектурных достопримечательностей.

**Цель:** выявление ключевых дискурсов, актуализирующих региональную идентичность в ходе символических конкурсов, и одновременно отработка методов исследования идентификационных систем территориальных сообществ на основе материалов конкурсных практик. В качестве исследуемого случая, на основе которого формулируются выводы, выступает конкурс по выбору банкнот 200 и 2000 рублей, проведенный в 2016 году.

**Методы:** основу исследования составил мониторинг сообщений российских СМИ и блогов за период проведения конкурса (июнь – декабрь 2016 года), а также серия экспертных интервью в Республике Татарстан. Отбор материалов осуществлялся по регионам, чьи проекты дошли до финального голосования в конкурсе (11 субъектов Российской Федерации). Методами анализа выступили экспертные интервью, контент- и дискурс-анализ СМИ и блогов, в т.ч. через программу QDA Miner Lite.

**Результаты:** выделены единицы анализа (дискурс-коды), с помощью которых актуализируется дискурс региональной идентичности в ходе символических конкурсов: исторические особенности региона, экономические особенности региона, политический статус и роль в общероссийском пространстве, природно-географические особенности, культурные и духовно-символические особенности, этнические особенности, туристическая привлекательность, спортивные амбиции региона, ситуативно-символические особенности места. По итогам анализа материалов по конкурсу выбора банкнот 200 и 2000 рублей определены две стратегии продвижения региональной идентичности в конкурсе. Первая была сфокусирована

на смыслах, отраженных в кодах, – политические особенности, статусные (столичные) амбиции, туристическая политика, внешняя заинтересованность в маркировании общероссийских достижений (стратегия имиджевого позиционирования). Она нашла проявление в ходе конкурса на Дальнем Востоке, в Республике Крым, Республике Татарстан и Краснодарском крае. Остальные регионы (Волгоградская, Владимирская, Московская, Иркутская, Нижегородская области и Республика Карелия) были ориентированы на внутренний дискурс или почвенническую стратегию: смыслы истории, природы и культуры региона.

**Выводы:** показано, что через символические конкурсы регионы могут транслировать свою логику понимания особенности места, стимулируя развитие региональной идентичности. Модель имиджевого позиционирования оказалась более успешной в плане результатов голосования. Анализ показал перспективность сочетания методов контент- и дискурс-анализа при анализе конкурсных практик.

**Ключевые слова:** регионализм; региональная идентичность; политика идентичности; символика; Россия; конкурс

---

## ВВЕДЕНИЕ

В настоящее время для любых регионов мира востребован поиск ресурсов идентичности, позволяющих облегчить консолидацию сообщества, узнаваемость и укрепление его позиций в сетях взаимодействий общенационального и международного уровней. За последние годы в России было инициировано несколько крупных символических проектов («Имя России», «Россия 10», «Аллея России», конкурс по выбору символов банкнот 200 и 2000 рублей, «Великие имена России» и др.), направленных на обеспечение одновременно общенациональной консолидации и роста регионального патриотизма. Региональные сообщества, реализуя данные федеральные проекты, транслировали свою уникальность через продвижение значимых культурных героев, природных и архитектурных достопримечательностей и др. Тем самым стимулировался регионалистский дискурс: на уровне управленческих решений ставились задачи, сопоставимые с предвыборной ситуацией, а на уровне рефлексии об отличительных особенностях региона активизировалась дискуссия о его самости и субъектности.

Однако в обращении к данным конкурсным практикам – организованным мероприятиям, в ходе которых происходит соревнование за символические атрибуты и дальнейшее определение победителя методом выбора, есть не только практический интерес. Как представляется, политическую элиту на их использование толкает не только мода на некие технологические решения или тактические размышления об отвлечении общественности от текущих проблем. Характер конкурсов и вовлечение в них регионов позволяют актуализировать важные для региональных повесток дискурсы, определяющие специфику региональной идентичности, и тем самым поддерживать регионализм. С этих позиций конкурсные практики можно рассматривать своеобразной точкой рефлексии по поводу особенности территории. Вписывая эти особенности в общероссийский дискурс национальной идентичности через выбор определенной символической ниши, региональные сообщества вступают в символическую конкуренцию друг с другом и за внимание федерального центра. В этом смысле очень показательно высказывание одного из экспертов о том, что федеральные конкурсы можно рассматривать как площадку выражения региональной идентичности:

«Эти инструментарии очень часто используются. Они еще и поддерживаются властью очень сильно»<sup>1</sup>. Вместе с тем указанная проблематика, несмотря на бурный интерес к символической политике (Малинова и др., 2017), не попадала в поле научного интереса. Целью статьи являются выявление ключевых дискурсов, актуализирующих региональную идентичность в ходе символических конкурсов, и одновременно отработка методов исследования идентификационных систем территориальных сообществ на основе материалов конкурсных практик.

## МЕТОДОЛОГИЯ (ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ) ИССЛЕДОВАНИЯ

Как отмечает Майкл Китинг, регионализм имеет три измерения – культурное, экономическое и политическое. Культурный регионализм фокусируется на языковых и культурных вопросах, защищая региональную самобытность. Экономический регионализм акцентируется на развитии путем извлечения ресурсов от национального правительства, политический направлен на обеспечение автономии региона (Keating, 1995, p. 1494). Конкурсные практики, связанные с транслированием символических атрибутов, могут быть осмыслены в рамках всех трех измерений регионализма. Иными словами, если сфокусироваться на специфических особенностях региональной идентичности субъектов Российской Федерации, то с одной стороны, практики включения в конкурсы означают стимулирование регионального своеобразия, с другой, конкуренция в символических конкурсах за право быть победителем связана с активностью региональных элит, которые используют эти возможности для продвижения интересов региона, в т. ч. притягивая внимание к территории и решая задачи привлечения инвестиций, туристов и др. Происходит своего рода капитализация региональной идентичности, ресурсные возможности которой институционализируются в региональных политических курсах.

Регионализация как процесс и регионализм как набор дискурсов, одновременно создающие «регион», формируются и поддерживаются региональной идентичностью (Lawson, 2016, p. 389). В этом ключе необходимо пояснить, что под региональной идентичностью вслед за К. Зиммербауером и А. Пааси понимается эмоциональный феномен, связанный с региональным сознанием, на основе которого возникает чувство принадлежности, а также различия между социальными группами (Zimmerbauer and Paasi, 2013, p. 32). Региональная идентичность, таким образом, влияет на развитие общества (Šifta and Chromý, 2017, p. 100; Semian and Chromý, 2014, p. 263) и конкурентоспособность территории (Zimmerbauer, 2011, p. 243). Она связана с волеизъявлением людей в достижении общей цели, повышает их личную активность и влияние за счет этого на региональное развитие и планирование (Raagmaa, 2002, p. 55). Укрепление региональной самобытности способствует повышению конкурентоспособности (Sedlacek et al., 2009, p. 181) и коммерциализации идентичности (Syssner, 2009, p. 439). Идентичности, следовательно, могут быть актуализированы в соответствии с контекстуальными потребностями, а также могут использоваться стратегически для достижения целей региона. В исследовательской литературе такое

<sup>1</sup> Интервью № 12. Казань, 03.07.2019 // Из лич. арх. авт.

понимание взаимосвязи идентичности и развития осмысливается через концепт «политики идентичности» на национальном и региональном уровне (Малинова, 2010; Малинова, 2016; Семененко, 2011; Семененко, 2016; Семененко, 2017; Панов и др., 2012; Назукина и Подвинцев, 2012; Подвинцев, 2016; Докучаев, 2016 и др.).

В европейских исследованиях в дополнение ко всему подчеркивается политическое качество, которое приобретает региональная идентичность, будучи включенной в многоуровневое управление. Как отмечает Анна Бригевич, это связано с тем, что регион акцентируется прежде всего как уровень управления и определяется как административный уровень, очерченный территориально. Региональные элиты постоянно вовлечены в процесс регионального строительства, который определяет характер и предписывает нормы внутригрупповых / внегрупповых отношений. Задача этих элит состоит в том, чтобы формировать интеграцию как выгодную для регионального сообщества: совместить идентичность территории с идеей интегрированной Европы (Brigevich, 2016, p. 484).

Методологический инструмент исследования составляют принципы и концептуальные установки, утвердившиеся в рамках различных направлений социологического конструктивизма, а также современных региональных исследований и активного регионализма (Keating, 2017). Символический конкурс определяет продвижение региональной идентичности на стратегическом уровне, ее основой является распространение идеи общности территории, культуры, истории, чувства сопричастности с регионом и получение выгод сообществом. Поэтому он осмысливается как инструмент политики идентичности, под которой понимается «совокупность практических и символических действий, направленных на формирование, поддержание и публичное признание конкретной идентичности» (Малинова, 2017, с. 10). Акцентирование дискурс-анализа в качестве подхода к изучению символического позиционирования и идентичности осуществляется в рамках постмодернистского подхода, представленного в западных исследованиях работами Эрнесто Лакло, Шанталь Муфф (Laclau and Mouffe, 2014), Марианне В. Йоргенсен, Луизы Дж. Филлипс (Йоргенсон и Филлипс, 2008) и ряда других авторов.

В качестве исследуемого случая выступает конкурс по выбору банкнот 200 и 2000 рублей, который проходил в 2016 году и также получил название выбора «народной банкноты». Выбор изображения банкнот через конкурсные практики активно используется в разных странах. Однако чаще всего в круг участников включаются лишь эксперты и дизайнеры, среди работ которых и происходит выявление победителя. Активизация всего населения оказывается важной на этапе выявления отношения к отобраннным вариантам. Организатором отбора символов России для изображений на новых банкнотах достоинством 200 и 2000 рублей являлся Банк России. Согласно «Положению об отборе символов для изображений на новых российских банкнотах достоинством 200 и 2000 рублей»<sup>2</sup> задача конкурсного отбора заключалась в определении двух городов или территорий и четырех относящихся к ним

<sup>2</sup> Положение о правилах отбора символов России для изображений на новых российских банкнотах достоинством 200 и 2000 рублей [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kstovo-adm.ru/about/info/projects/8290/?type=special> (дата обращения: 14.06.2019).

символов (по два на каждый город или территорию), которые лягут в основу дизайна новых российских банкнот<sup>3</sup>.

Конкурс проходил в период с 28 июня по 7 октября 2016 года в три этапа. В ходе первого этапа, который закончился 28 июля, можно было оставить заявку на сайте *Твоя-Россия.рф* с вариантом города, природным или архитектурным памятником. Символы, за которые проголосовали не менее 5000 человек, публиковались на интерактивной карте сайта *Твоя-Россия.рф* с привязкой к городу / территории. В ходе второго этапа конкурса Фондом «Общественное мнение» с 5 по 30 августа опрашивались 6000 человек, которые и определили 10 наиболее популярных претендентов. На третьем этапе конкурса, с 5 сентября, отбор проводился путем всероссийского голосования в режиме онлайн (на сайте *Твоя-Россия.рф*) и в режиме оффлайн (заполнение анкет). Итоги голосования были подведены в эфире телеканала «Россия 1» 7 октября 2016 года, когда можно было проголосовать с помощью SMS.

Основу исследования составил мониторинг сообщений российских СМИ и блогов за период с 28 июля по 31 декабря 2016 года (с начала проведения конкурса и до конца года). В качестве ресурсной базы использована система мониторинга и анализа СМИ и соцмедиа «Медиалогия», которая обобщает информацию более чем по 30 тыс. источников<sup>4</sup>. При отборе материалов сделан акцент на поиск источников в региональных СМИ, являющихся трансляторами региональных повесток. Отбор осуществлялся по регионам, чьи проекты дошли до финального голосования (табл. 1).

Таблица 1 / Table 1

Список регионов и символов, дошедших до финального голосования в конкурсе по выбору банкнот 200 и 2000 руб., и количество поданных за них голосов / Regions, symbols and total votes at the final voting stage in the 200- and 2000-rouble banknotes selection competition

Регион	Претендент	Символ	Количество голосов
Приморский край / Амурская область	Дальний Восток	Мост на остров Русский, космодром Восточный	546 675
Севастополь	Севастополь	Памятник затопленным кораблям, Херсонес Таврический	<b>543 858</b>
Республика Татарстан	Казань	Казанский (Приволжский) федеральный университет, Казанский кремль	537 843
Краснодарский край	Сочи	Олимпийский стадион «Фишт», Роза-Хутор	513 334
Волгоградская область	Волгоград	Скульптура «Родина-мать зовёт!», Мамаев курган	513 270

<sup>3</sup> Нельзя было выдвигать города / территории, изображения которых уже есть на банкнотах, находящихся в обращении (за исключением памятных), – Москву, Санкт-Петербург, Красноярск, Архангельск, Ярославль, Хабаровск, Великий Новгород.

<sup>4</sup> *Медиалогия* [Электронный ресурс]. URL: <https://www.mlg.ru/> (дата обращения: 20.07.2019).

Регион	Претендент	Символ	Количество голосов
Республика Карелия	Петрозаводск	Кижы – музей-заповедник	310 914
Нижегородская область	Нижний Новгород	Нижегородский кремль, Нижегородская ярмарка	297 230
Владимирская область	Владимир	Золотые ворота, Успенский собор	288 509
Иркутская область	Иркутск	Бабр, озеро Байкал	287 058
Московская область	Сергиев Посад	Свято-Троицкая Сергиева лавра	284 942

*Источник: составлено автором по онлайн-трансляции выборов городов-символов на купюрах 200 и 2000 рублей от 07.10.2016. Жирным шрифтом в таблице выделены случаи, которые по итогам голосования стали победителями конкурса*<sup>5</sup>.

Далее отбирались только содержательные тексты, в которых присутствовал регионалистский дискурс, проявляющийся в акцентировании различных специфических особенностей региональной идентичности территориального сообщества (почему должен победить тот или символ, как он выражает особенность региона). Количество отобранных материалов и единиц анализа представлены в табл. 2 и 3. Формальные информационные сообщения о проведении конкурса, ходе голосования в других регионах не рассматривались в силу отсутствия модальности в тексте. В одном сообщении могло быть несколько кодов, например, исторический и политический и т.д.

Таблица 2 / Table 2

**Количество материалов по регионам, дошедших до финального голосования в конкурсе по выбору банкнот 200 и 2000 руб. / The amount of materials for the regions that reached the final voting stage in the 200- and 2000-ruble banknotes selection competition**

Регион	Количество сообщений по теме конкурса	Количество сообщений, содержащих регионалистский дискурс
Республика Татарстан	1 968	92
Московская область	680	39
Краснодарский край	628	53
Нижегородская область	473	29
Волгоградская область	415	50
Дальний Восток (Приморский край / Амурская область)	375 (277 / 98)	51
Владимирская область	276	34

<sup>5</sup> Воздвиженская А. Онлайн-трансляция выборов городов-символов на купюрах 200 и 2000 рублей [Электронный ресурс] // Российская газета. 2016. 7 окт. URL: <https://rg.ru/2016/10/07/online-translaciia-vyborov-gorodov-simvolov-na-kupiurah-200-i-2000-rublej.html> (дата обращения: 18.09.2019).

Регион	Количество сообщений по теме конкурса	Количество сообщений, содержавших регионалистский дискурс
Иркутская область	241	20
Севастополь	207	34
Республика Карелия	162	24

*Источник: составлено автором по данным мониторинга сообщений СМИ из «Медиалогии».*

Словарь качественных кодов включал определение ключевых единиц анализа по «узлу дискурса» (дискурс-код), стягивающего на себя аргументацию. Выбор качественного подхода был обусловлен не фиксацией частоты упоминания тех или иных слов, а акцентом на темы или сюжеты, которые присутствуют в тексте (Олейник, 2009, с. 69). В силу большого значения субъективного фактора, данный подход часто подвержен критике, поэтому для большей объективности данных была использована программа для проведения контент-анализа QDA Miner Lite.

Таблица 3 / Table 3

**Единицы анализа (дискурс-коды) для проведения контент-анализа регионалистского дискурса в ходе конкурса по выбору банкнот 200 и 2000 руб. / The units (discourse codes) for content analysis of regional discourse under the 200- and 2000-ruble banknotes selection competition**

№	Дискурс-код	Индикаторы
1	Исторические особенности региона	Место региона в общероссийской истории, роль в формировании российского государства, использование древнерусского нарратива, мифа о государственности
2	Экономические особенности региона	Акцентирование к инновационности, развитости, перспективности территории, декларирование экономического успеха
3	Политический статус и роль в общероссийском пространстве	Роль субъекта в государственной федеральной политике (дискурс форпоста, границы, политической целостности), поддержка влиятельных федеральных политиков
4	Природно-географические особенности	Акцент на объективных – природных, климатических, географических – преимуществах места (красивой природе, местонахождении уникальных природных памятников и объектов)
5	Культурные и духовно-символические особенности	Апеллирование статусом культурного значения (в частности, списком ЮНЕСКО, охраняемых архитектурных объектов), сакрализация «священных» объектов (религиозный дискурс)
6	Этнические или «национальные» особенности	Декларирование межэтнического мира, акцентирование специфики «национального состава» региона

№	Дискурс-код	Индикаторы
7	Туристическая привлекательность	Фиксация инструментальной значимости объекта в формировании туристической привлекательности региона
8	Спортивные амбиции региона	Декларация достижений в спорте, формирование спортивного бренда («спортивная столица России»), апеллирование к мнениям авторитетных спортсменов
9	Ситуативно-символические особенности места	Акцент на ситуативных факторах и сформированные стереотипные образы региона

*Источник: составлено автором.*

## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Были получены следующие доли, соответствующие количеству упоминаемый того или иного «дискурс-кода» в тексте (табл. 4).

*Таблица 4 / Table 4*

Сводная таблица по количеству дискурс-кодов по результатам контент-анализа QDA Miner Lite (%) / Consolidated data on discourse codes as a result of QDA Miner Lite content analyses (%)

Регион / дискурс-код по № из табл. 3	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Республика Татарстан	14	13	27	0	8	19	5	9	5
Московская область	47	0	9	0	35	0	6	0	3
Краснодарский край	0	0	26	0	0	0	43	30	0
Нижегородская область	21	0	7	0	55	0	7	0	10
Волгоградская область	36	0	0	0	30	0	12	0	22
Дальний Восток (Приморский край / Амурская область)	0	22	43	2	0	0	0	0	33
Владимирская область	35	6	0	0	32	0	24	0	3
Иркутская область	0	0	0	70	0	0	0	30	0
Севастополь	17	0	55	0	0	0	0	0	28
Республика Карелия	25	0	0	0	50	0	17	0	8

*Источник: составлено автором на основе мониторинга и дискурс-анализа сообщений СМИ из «Медиалогии» в QDA Miner Lite.*

Из табл. 4 следует, что в большинстве регионов дискурс региональных особенностей концентрировался вокруг одного–трех кодов, которые были тесно связаны между собой. В данном контексте обобщенно можно предположить наличие двух основных стратегий актуализации регионалистского дискурса. Первая (имиджевая) фокусируется на смыслах, отраженных в кодах, – политические особенности, статусные амбиции, туристическая политика, внеш-



няя заинтересованность в маркировании общероссийских достижений (модель имиджевого позиционирования). Вторая связана с почвенническим дискурсом (почвенническая модель) – опорой на природу, культуру и историю региона. Рассмотрим более подробно, как конкретно они проявлялись и в каких регионах.

Стратегия **имиджевого позиционирования** была актуализирована в следующих регионах – участниках конкурса: Дальний Восток, Краснодарский край, Республика Татарстан, Республика Крым. Как можно видеть, это регионы, чьи символы заняли первые четыре места по итогам голосования и между которыми, по сути, шла основная конкуренция. Так, наиболее интересен пример **Дальнего Востока**, который был единственным участником конкурса, представлявшим целый макрорегион, или федеральный округ. Как было объяснено организаторами, объединение Владивостока с поселком Циолковский в Амурской области было связано с обнаруженным в ходе опроса отсутствием различий в представлении региона. И в Амурской области, и в Приморском крае преобладающей аргументацией была «значимость для страны», «геополитическое значение», «самые значимые события происходят у нас». В Приморском крае, кроме того, интерес к продвижению символов был обусловлен ситуативным символическим фактом, ставшим определяющим для продвижения. РИА PrimaMedia писало: «Но все же выбор очевиден и голосовать нужно не логикой, а сердцем. Потому что вся Россия и так знает, что Владивосток – это “две тыщи”»<sup>6</sup>. Таким образом, известная песня выходца из региона, получившего незадолго до начала конкурса звание почетного гражданина Владивостока, Ильи Лагутенко «Владивосток-2000» в логике голосовавших должна была стать не только названием песни. Важна была и поддержка лидера группы «Мумий Тролль»: «Я всегда говорил, сочиняешь песню и абсолютно не знаешь, что с этой песней будет дальше. Уж когда, наверное, записывали песню «Владивосток-2000», меньше всего думали, что это может принять такой разворот. Но вот такая судьба. Я поддерживаю 2000 с видом Владивостока на деньгах»<sup>7</sup>.

Политический дискурс и символические аспекты («историческое возвращение Крыма») перевешивали по доле аргументов («героическая история») все остальные, почему именно **Севастополь** должен быть представлен на новой купюре: «Севастополь по-настоящему дорог россиянам» («Они искренне считают его неотъемлемой частью страны, гордятся нашим городом, знают его прошлое и верят в его перспективы»<sup>8</sup>). Знаковыми стали слова Министра финансов Российской Федерации Антона Силуанова о том, что на новых российских банкнотах должны быть изображения, связанные с историческими событиями, такими как воссоединение Крыма с Россией или проведение Олимпийских игр в Сочи. Значимость места интерпретировалась

<sup>6</sup> *Владивосток 2000: Илья Лагутенко о том, превратится ли его песня в купюру* // РИА PrimaMedia (primamedia.ru). Владивосток. 2016. 19 июля. Ссылки на цитаты воспроизводятся по отчету «Полные тексты сообщений» по результатам мониторинга в «Медиалогии».

<sup>7</sup> *Символ Владивостока – Золотой мост – лидирует среди сильнейших в народном голосовании* // ОТВ-Прим. Владивосток. 2016. 4 июля.

<sup>8</sup> *Врио губернатора Севастополя поздравил горожан с еще одной победой* // Деловой Ейск (deleysk.ru). Ейск. 2016. 7 окт.

в фокусе политических целей: «А мне дороже то, что на банкнотах появится изображение Херсонеса Таврического, места, которое президент Владимир Путин назвал сакральным»<sup>9</sup>.

В отношении **Краснодарского края** в конкурсе актуализировалась связь со знаковыми историческими событиями – Олимпиадой 2014 года, и эта линия была преобладающей. Оба объекта (олимпийский стадион «Фишт», Роза-Хутор) являлись инфраструктурными сооружениями Олимпиады. Кроме того, продвигалась идея молодости (поскольку оба объекта совсем недавно появились), прорыва, современности, притягивающей внимание к «главному курорту» («туристической и курортной столицы России»): «Реальные шансы на победу обусловлены еще и тем, что в сознании россиян Сочи неразрывно связан с победами и триумфальными достижениями нашей страны в последние годы»<sup>10</sup>.

В **Республике Татарстан** множественность дискурсов, объясняющих претензии Казани, структурировал вектор позиционирования себя как «передового», «инновационного», «идущего вперед», «столичного» города: «Наша столица достойна», «Чтобы встать в один ряд с Москвой и Санкт-Петербургом. Мы же третья столица! Москва изображена на 50-рублевой купюре, Санкт-Петербург на 100-рублевой, а Казань будет на 200-рублевой»<sup>11</sup>. Таким образом, продвижение региона и имиджевые задачи были первостепенными: «Победа в конкурсе станет еще одним инструментом продвижения Казани и признанием ее заслуг», «В первую очередь, имидж! Татарстан за последние десять лет добился того, чтобы занять достойное место на карте нашей страны, да и на карте мира. Деньги – лучшая реклама»<sup>12</sup>.

Концентрация на решении имиджевых задач во всех случаях стимулировала активное участие публичных лиц, в т.ч. политической элиты, в продвижении символов. В поддержку Сочи, к примеру, высказались многие олимпийские чемпионы (Виктор Ан, Елена Веснина, Алексей Воевода, Аделина Сотникова), заместитель председателя Правительства России Дмитрий Козак, глава Ингушетии Юнус-бек Евкуров, композитор Игорь Крутой и др. Интересной практикой продвижения в Республике Татарстан стал флешмоб #200казань, когда известные люди и просто горожане фотографировались с макетом 200-рублевой купюры, на которой изображены символы столицы Татарстана. К примеру, с 200-рублевой купюрой на фоне Казанского кремля сфотографировались президент Республики Рустам Минниханов, советник президента Минтимер Шаймиев, председатель Госсовета Татарстана Фарид Мухаметшин, депутат Госдумы шестого созыва Александр Сидякин, певицы Максим, Ольга Бузова и др.<sup>13</sup>

Такая активность приводила к конфликтным ситуациям, в частности связанным с якобы имевшим место принуждением к выбору символов в Сочи

<sup>9</sup> *Оказывается, деньги и сакральность друг другу не помеха* // Крымские известия (crimiz.ru). Симферополь. 2016. 11 окт.

<sup>10</sup> *Попасть на деньги. Рейтинг финалистов конкурса символов для новых российских банкнот* // ЮГА.ру (yuga.ru). Краснодар. 2016. 6 сент.

<sup>11</sup> *Что казанцы хотят видеть на новых купюрах* // Известия Татарстана. Казань. 2016. 1 июля; Зеленодольская правда (zpravda.ru). Зеленодольск. 2016. 17 июля.

<sup>12</sup> Там же.

<sup>13</sup> *Борьба за место на банкнотах: Бузова и Максим за Казань, Владивосток-2000 от «Мумий Тролля» и «Сердце Чечни»* // Реальное время (realnoevremya.ru). Казань. 2016. 5 авг.

и Казани. Неслучайно, для жителей Татарстана третье место в конкурсе стало большим разочарованием («нас обманули»<sup>14</sup>). Причины поражения были увязаны с «махинациями с голосами»<sup>15</sup>. Рустам Минниханов выразил благодарность жителям республики и всем россиянам, отдавшим свои голоса за Казань, и указал на то, что «Центробанку – организатору конкурсных процедур впредь стоило бы подумать над их прозрачностью и участием общественности»<sup>16</sup>.

**Модель почвеннического дискурса** акцентировала смыслы истории, природы и культуры региона. Она проявилась во Владимирской, Волгоградской, Иркутской, Нижегородской, Московской областях и Республике Карелия.

Во **Владимирской области** дискурс продвижения символических выразителей (Золотых ворот и Успенского собора) был связан со стремлением компенсировать невнимание к региону и его недооцененной роли в истории: «Родина Адмирала Михаила Лазарева, реформатора Михаила Сперанского, отца русской авиации Николая Жуковского. Вторая столица Руси, в конце концов! Древний город Владимир»<sup>17</sup>. Транслировалась идея исторической справедливости в случае победы Владимира: «Первый российский город, куда столица Руси была перенесена из Киева. Именно здесь, на территории нынешней Владимирской области, был построен первый на Руси каменный храм первых русских святых Бориса и Глеба...»<sup>18</sup>. Таким образом, воспроизводились дискурсы «столичности», культурной составляющей (оба объекта входят во Всемирное наследие ЮНЕСКО) и исторической значимости («маркер древнего города»), создающих благоприятные условия для туристической привлекательности: «Ну, где еще в мире есть памятники древнего зодчества, сравнимые с владимирскими? Туристы со всего мира приезжают к нам, чтобы прикоснуться к живой истории»<sup>19</sup>.

Присутствие в списке претендентов символов **Волгоградской области** никого не удивило в силу их значимости «священного места». В пользу этого говорит, например, факт, что скульптура «Родина-мать зовет!» стала первым символом, который появился на сайте *Твоя-Россия.рф* с привязкой к городу Волгограду и преодолела порог в 5 000 голосов. Продвижение символа было связано с героическим дискурсом, значением Сталинградской битвы в победе в Великой Отечественной войне, а также фактом уникальности (одна из самых высоких статуй России и Европы, которая занесена в Книгу рекордов Гиннеса как самая большая скульптура-статуя в мире). В качестве аргументов использовались и символические факты: «Здесь очень глубокая символика. 200 дней и ночей гремела великая битва – эта цифра будет и на купюре.

<sup>14</sup> *Интервью* № 1, 3. Казань. 02–03.07.2019 // Из лич. арх. авт.

<sup>15</sup> *Интервью* № 6. Казань. 02.07.2019 // Из лич. арх. авт.

<sup>16</sup> *Рустам Минниханов упрекнул Центробанк в недостаточной прозрачности конкурса «Народная банкнота»* // Коммерсантъ. 2016. 7 окт.

<sup>17</sup> *Меньшов В. Стольный град. Владимир могут увековечить на новых купюрах* // Аргументы и Факты. Владимир. 2016. 7 сент.

<sup>18</sup> *Палагин М. Автор петиции к председателю Центробанка Эльвире Набиуллиной с просьбой разместить на деньгах достопримечательности Владимира* // Аргументы и Факты. Владимир. 2016. 12 окт.

<sup>19</sup> *Меньшов В. Без купюр* // Аргументы и Факты. Владимир. 2016. 12 окт.

Она прочно войдет в быт, каждодневно напоминая о том, что дорого каждому волгоградцу, каждому сталинградцу да и каждому россиянину»<sup>20</sup>. Разработанный проект дизайна купюры вбирал в себя все символы, связанные с тремя именами города, – Царицын, Сталинград, Волгоград (первое полковое знамя Царицынского полка, скульптура «Родина-мать зовет!», Волго-Донской судоходный канал). Однако в ходе «напряженной борьбы» Волгоград занял пятое место.

**Республика Карелия** продвигала Преображенскую церковь музея-заповедника «Кижы» как «уникальный», «самый известный памятник народного зодчества», «жемчужину русского деревянного зодчества». Активную поддержку символу оказывал глава Карелии Александр Худилайнен, который сразу после старта проголосовал за размещение на 2000-рублевой купюре изображения Преображенской церкви: «Это один из самых знаменитых брендов Карелии с более чем 300-летней историей. 22-главый храм олицетворяет огромное духовное и историческое наследие Карелии»<sup>21</sup>; «Кижы – это не только объект всемирного наследия Юнеско и уникальный памятник деревянного зодчества. Это душа и сердце русского Севера»<sup>22</sup>.

Символическими маркерами, выстраивавшими презентацию города, были образы **Иркутска** как столицы Восточной Сибири и столицы Приангарья. Региональные особенности транслировались через природные атрибуты-символы, номинированные на образы новой банкноты. Байкал продвигался как «самое глубокое озеро на планете», «крупнейший природный резервуар пресной воды в мире»; и поэтому он «достоин высшей строчки рейтинга, поскольку относится к числу главных природных богатств страны»<sup>23</sup>. На гербах Иркутской области и Иркутска изображен геральдический зверь – бобр, что демонстрирует историко-мифологическую сторону идентичности региона: «Он сочетает силуэт тигра и перепончатые лапы бобра. В результате исторического курьеза этот химерический зверь ныне заменяет тигра, бывшего символом Иркутска с 1790 года».

В рамках конкурсных практик **Нижний Новгород** продвигался как столица Поволжья и Город N. В число финалистов от региона вошли два символа – Нижегородский кремль и Нижегородская ярмарка. Оба символа связаны прежде всего с историей региона, поэтому основным дискурсом был исторический: «Нижегородский кремль – исторически важное сооружение», «Нижегородская ярмарка – символ торговли и русского предпринимательства». Губернатор Нижегородской области Валерий Шанцев также призывал проголосовать за Нижегородский кремль в своем блоге в «Живом журнале»: «Внес свой вклад в появление Нижнего на российских банкнотах – проголосовал

<sup>20</sup> Сергей Назаров, председатель областного совета ветеранов: Волгоградцы активно поддерживают идею 200-рублевой купюры с изображением Мамаева кургана // Gorodskoyportal.ru/volgograd. Волгоград 2016. 5 сент.

<sup>21</sup> Купюра с изображением Кижы // Аргументы и Факты (karel.aif.ru). Петрозаводск. 2016. 9 сент.

<sup>22</sup> Худилайнен поблагодарил всех, кто голосовал за Кижы // Столица на Онего (stolicaonego.ru). Петрозаводск. 2016. 7 окт.

<sup>23</sup> Жителей района просят проголосовать за Байкал // Офиц. сайт администрации МО Чунский район (chuna.irkobl.ru). р.п. Чунский. 2016. 21 сент.

за наш кремль... Посмотрел, за какие символы голосуют в других городах, – конкуренты сильные, монументальные, я бы сказал. Но тем интереснее поборотся. А вы проголосовали?»<sup>24</sup>.

В **Московской области** конституирующим дискурсом также стал исторический: «История города насчитывает много веков», «свидетели величайших событий», «один из красивейших городов России с богатым историческим наследием» и др. Прошедшая в финал конкурса Троице-Сергиева лавра является крупнейшим православным монастырем, расположенным в Сергиевом Посаде. Исторический нарратив применительно к этому объекту был связан с его древностью (лавра была основана в 1337 году) и заметной ролью «в политической истории России, начиная с борьбы против Ордынского ига и до петровских времен». Еще одной основой стал дискурс духовности («центр православия»). Троице-Сергиеву лавру поддержал известный путешественник Федор Конюхов, который живет в Сергиевом Посаде: «Хотел бы видеть на деньгах православные символы»<sup>25</sup>. Поражение Сергиева Посада рассматривалось как предсказуемое: «Тем, кто голосовал за наш город, досадно, что выиграть конкурс не удалось, однако это предсказуемо. Население Владивостока – около 600 000 человек, а Севастополя около 350 000. Куда стотысячному Сергиеву Посаду тягаться с такими великанами? Впрочем, наш город набрал 250 000 голосов, что в два с лишним раза превышает население города»<sup>26</sup>.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенный анализ специфики артикуляции регионалистского дискурса в ходе конкурса по выбору банкнот 200 и 2000 руб. позволяет глубже понять практики и специфику формирования региональной идентичности в разных регионах. Конкурсы создают благоприятную основу для культивирования региональной идентичности, рефлексированию относительно региональных особенностей, порождают позитивные патриотические коннотации. Осмысление данного вопроса под углом зрения методов контент- и дискурс-анализа открывает возможности концептуального, эмпирического и теоретического обогащения существующих знаний в области изучения российского регионализма.

Конкурс по выбору банкнот 200 и 2000 руб. показал, что воспроизводство региональной идентичности может выстраиваться по разным сценариям. Часть регионов в рамках позиционирования символов выбирали политические и инструментальные смыслы. Другая часть интерпретировала сложившиеся и традиционно воспроизводимые, ориентированные на почвеннический дискурс, – культуру, историю и природу региона. При этом модель

<sup>24</sup> Валерий Шанцев призвал нижегородцев поддержать Нижний Новгород в голосовании по выбору изображения на новых банкнотах // NewsNN. 2016. 14 июля.

<sup>25</sup> Конюхов считает, что Троице-Сергиева лавра красиво бы смотрелась на новых деньгах // Vdvsp.ru. Сергиев Посад. 2016. 12 сент.

<sup>26</sup> Сергиева Посада не будет на новых банкнотах // Копейка (kopeika.org). Сергиев Посад. 2016. 12 окт.; Чемпионка из Сергиева Посада проголосовала за Сочи на банкноте // Vdvsp.ru. Сергиев Посад. 2016. 14 сент.

имиджевого позиционирования оказалась более успешной в плане результатов голосования. Справедливость итогов связывалась с федеральным политическим интересом и транслированием общероссийской идентичности: «Суть политической обстановки в стране. Севастополь как символ новых приобретений России на южной окраине, Дальний Восток – как форпост России в Азии, где недавно был построен космодром Восточный»<sup>27</sup>.

Кроме того, стоит подчеркнуть тот факт, что региональные элиты всех участников конкурса задействовали многообразные инструменты для мобилизации. Первые должностные лица проявили активность во всех регионах. Можно предположить, что запрос на участие в символических конкурсах будет только возрастать, что потребует от местных элит реинтерпретации специфики региональной идентичности в качестве ресурсной возможности региона и встраивания в общенациональные тренды политики идентичности, поддерживающие, например, мега-событийные практики в субъектах Российской Федерации.

## БЛАГОДАРНОСТИ

Исследование выполнено в Пермском федеральном исследовательском центре УрО РАН при финансовой поддержке Российского научного фонда (РНФ), проект № 19-18-00053 «Субнациональный регионализм и динамика многоуровневой политики (российские и европейские практики)».

## Библиографический список

*Борьба за идентичность и новые институты коммуникации* / Под ред. П. В. Панова, К. А. Сулимова, Л. А. Фадеевой. М.: РОССПЭН, 2012. 263 с.

*Докучаев Д. С.* Региональная идентичность в Ивановской области: политика конструирования образа территории. Иваново: Изд-во Иванов. гос. ун-та, 2016. 104 с.

*Идентичность* как предмет политического анализа. Сб. ст. по итогам Всероссий. науч.-теорет. конф. / Отв. ред. И. С. Семененко. М.: ИМЭМО РАН, 2011. 299 с.

*Идентичность: личность, общество, политика.* Энциклопедическое издание / Отв. ред. И. С. Семененко. М.: Изд-во «Весь Мир», 2017. 992 с.

*Йоргенсен М. В., Филлипс Л. Дж.* Дискурс-анализ. Теория и метод. 2-е изд., испр. / пер. с англ. и науч. ред. А. А. Киселевой. Харьков: Изд-во «Гуманитарный Центр», 2008. 352 с.

*Малинова О. Ю.* Официальный исторический нарратив как элемент политики идентичности в России: от 1990-х к 2010-м годам // Полис. Политические исследования. 2016. № 6. С. 139–158. DOI: 10.17976/jpps/2016.06.10.

*Малинова О. Ю.* Символическая политика и конструирование макрополитической идентичности в постсоветской России // ПОЛИС. Политические исследования. 2010. № 2. С. 90–105.

<sup>27</sup> ЦБ-скандал вокруг банкноты набирает обороты // НИА Крым (nia-krym.ru). Симферополь. 2016. 5 окт.

Назукина М. В., Подвинцев О. Б. Региональная идентичность в Российской Федерации: преодолевая имперское наследие // Политическая идентичность и политика идентичности. Т. 2: Идентичность и социально-политические изменения в XXI веке / Отв. ред. И. С. Семенов. М.: РОССПЭН, 2012. С. 258–283.

Олейник А. Н. Триангуляция в контент-анализе. Вопросы методологии и эмпирическая проверка // Социологические исследования. 2009. № 2. С. 65–79.

Российская Арктика в поисках интегральной идентичности / Отв. ред. О. Б. Подвинцев. М.: Новый хронограф, 2016. 208 с.

Семенов И. С. Политика идентичности и идентичность в политике: этнонациональные ракурсы, европейский контекст // ПОЛИС. Политические исследования. 2016. № 4. С. 8–28. DOI: 10.17976/jpps/2016.04.03.

Символическая политика: сб. науч. тр. / Под ред. О. Ю. Малиновой и др. Вып. 5: Политика идентичности. М.: ИНИОН РАН, 2017. 356 с.

Brigevich A. Regional identity and support for Europe: distinguishing between cultural and political social identity in France // Regional & Federal Studies. 2016. Vol. 26, № 4. P. 475–507. DOI: 10.1080/13597566.2016.1223057.

Keating M. Contesting European regions // Regional Studies. 2017. Vol. 51, № 1. P. 9–18. DOI: 10.1080/00343404.2016.1227777.

Keating M. Regions and regionalism in the European community // International Journal of Public Administration. 1995. Vol. 18, № 10. P. 1491–1511. DOI: 10.1080/01900699508525063.

Laclau E., Mouffe C. Hegemony and socialist strategy: towards a radical democratic politics (radical thinkers). 2<sup>nd</sup> ed. L.: Verso, 2014. 200 p.

Lawson S. Regionalism, sub-regionalism and the politics of identity in Oceania // The Pacific Review. 2016. Vol. 29, № 3. P. 387–409. DOI: 10.1080/09512748.2015.1022585.

Raagmaa G. Regional identity in regional development and planning // European Planning Studies. 2002. Vol. 10, № 1. P. 55–76. DOI: 10.1080/09654310120099263.

Sedlacek S., Kurka B., Maier G. Regional identity: a key to overcome structural weaknesses in peripheral rural regions? // European Countryside. 2009. Vol. 1, № 4. P. 180–201. DOI: 10.2478/v10091-009-0015-3.

Semian M., Chromý P. Regional identity as a driver or a barrier in the process of regional development: a comparison of selected European experience // Norsk Geografisk Tidsskrift – Norwegian Journal of Geography. 2014. Vol. 68, № 5. P. 263–270. DOI: 10.1080/00291951.2014.961540.

Šifta M., Chromý P. The importance of symbols in the region formation process // Norsk Geografisk Tidsskrift – Norwegian Journal of Geography. 2017. Vol. 71, № 2. P. 98–113. DOI: 10.1080/00291951.2017.1317285.

Syssner J. Conceptualizations of culture and identity in regional policy // Regional & Federal Studies. 2009. Vol. 19, № 3. P. 437–458. DOI: 10.1080/13597560902957518.

Zimmerbauer K. From image to identity: building regions by place promotion // European Planning Studies. 2011. Vol. 19, № 2. P. 243–260. DOI: 10.1080/09654313.2011.532667.

Zimmerbauer K., Paasi A. When old and new regionalism collide. De-institutionalization of regions and resistance identity in municipality amalgamations // Journal of Rural Studies. 2013. Vol. 30. P. 31–40. DOI:10.1016/j.jrurstud.2012.11.004.

### **Информация об авторе**

**Назукина Мария Викторовна** – канд. полит. наук, научный сотрудник отдела по исследованию политических институтов и процессов ФГБУН «Пермский федеральный исследовательский центр Уральского отделения Российской академии наук», 614990, Россия, г. Пермь, ул. Ленина, 13а

ORCID: 0000-0003-0190-0513

ResearcherID: L-8246-2016

Электронный адрес: nazukina@mail.ru

*Статья получена 24 октября 2019 года*

UDC 323.1

DOI: 10.17072/2218-9173-2019-4-532-550

## **SYMBOLIC ASPECTS OF RUSSIAN SUBNATIONAL REGIONALISM: THE EXAMPLE OF COMPETITIVE PRACTICES**

**Mariya V. Nazukina**

Perm Federal Research Center of the Ural Branch  
of the Russian Academy of Sciences, 13a Lenin str.,  
Perm, 614990, Russia

ORCID: 0000-0003-0190-0513

ResearcherID: L-8246-2016

E-mail: nazukina@mail.ru

---

### **For citation:**

Nazukina, M. V. (2019), “Symbolic aspects of Russian subnational regionalism: the example of competitive practices”, *Ars Administrandi*, vol. 11, no. 4, pp. 532–550, doi: 10.17072/2218-9173-2019-4-532-550.

---

**Introduction.** The Federal symbolic competitions are becoming an important tool for the construction of national and territorial identity. Regional communities with their help broadcast their uniqueness through the promotion of significant cultural heroes, natural and architectural attractions and so on.

**Aims.** To determine key discourses that actualize regional identity in the course of symbolic competitions and, at the same time, to develop methods of research of identification systems of territorial communities on the basis of materials of symbolic competitive practices. As the investigated case,



on the basis of which the conclusions are formulated, the competition for the choice of banknotes of 200 and 2000 rubles, held in 2016, acts.

**Methods.** The research was based on the monitoring of Russian media reports and blogs during the period of the competition (June -December, 2016), as well as a series of expert interviews in the Republic of Tatarstan. The selection was carried out by regions whose projects reached the final vote in the competition (11 regions). The methods of analysis were expert interviews, content and discourse analysis of media and blogs, including through the QDA Miner Lite program.

**Results.** The discourses with the help of which the discourse of regional identity is actualized during symbolic competitions were identified: historical features of the region, economic features of the region, political status and role in the all-Russian space, natural and geographical features, cultural and spiritual-symbolic features, ethnic features, tourist attractiveness, sports ambitions of the region, situational and symbolic features of the place. Based on the results of the analysis of the materials for the competition for the selection of banknotes 200 and 2000 rubles, two strategies for promoting regional identity in the competition were determined. The first was focused on the meanings reflected in the codes-political peculiarities, status (capital) ambitions, tourism policy, foreign interest in marking all-Russian achievements (image positioning strategy). It found expression during the competition in the Far East, the Republic of Crimea, the Republic of Tatarstan and the Krasnodar region. The other regions (Volgograd, Vladimir, Moscow, Irkutsk, Nizhny Novgorod regions and the Republic of Karelia) were focused on internal discourse or soil strategy: the meanings of the history, nature and culture of the region.

**Conclusions.** It is shown that through symbolic competitions regions can broadcast their logic of understanding the specialness of the place, stimulating the development of regional identity. The model of image positioning was more successful in terms of voting results. The analysis showed the prospects of using the method of combining the method of content and discourse analysis.

**Keywords:** regionalism; regional identity; identity politics; symbolism; Russia; symbolic competitions

### Acknowledgements

The research was carried out at the Perm Federal Research Center of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences and was supported within the grant provided by the Russian Science Foundation (RSF), project no. 19-18-00053 "Subnational regionalism and multi-level policies (Russian and European practices)".

### References

Panov, P. V. Sulimov, K. A. and Fadeeva, L. A. (ed.) (2012), *Bor'ba za identichnost' i novye instituty kommunikatsii* [The struggle for identity and new institutions of communication], ROSSPEN, Moscow, Russia.

Dokuchaev, D. S. (2016), *Regional'naya identichnost' v Ivanovskoi oblasti: politika konstruirovaniya obraza territorii* [Regional identity in the Ivanovo region:

the policy of constructing the territory image], Publishing House of Ivanovo State University, Ivanovo, Russia.

Semenenko, I. S. (ed.) (2011), *Identichnost' kak predmet politicheskogo analiza* [Identity as a subject of political analysis], Institute of World Economy and International Relations of the Russian Academy of Sciences (IMEMO), Moscow, Russia.

Semenenko, I. S. (ed.) (2017), *Identichnost': lichnost', obshchestvo, politika. Entsiklopedicheskoe izdanie* [Identity: the individual, society, and politics. An encyclopedia], "Ves' Mir" Publishing House, Moscow, Russia.

Jorgensen, M. V. and Phillips, L. (2008), *Diskurs-analiz. Teoriya i metod* [Discourse analysis. Theory and method], Translated and ed. by Kiseleva, A. A., "Gumanitarnyi Tsentri" Publishing House, Kharkov, Ukraine.

Malinova, O. Yu. (2016), "The official historical narrative as a part of identity policy of the Russian State: from the 1990s to the 2000s", *POLIS. Political Studies*, no. 6, pp. 139–158, <https://doi.org/10.17976/jpps/2016.06.10>.

Malinova, O. Yu. (2010), "Symbolic politics and the constructing of macro-political identity in post-soviet Russia", *POLIS. Political Studies*, no. 2, pp. 90–105.

Nazukina, M. V. and Podvintsev, O. B. (2012), "Regional identity in the Russian Federation: overcoming the Imperial heritage", in Semenenko, I. S. (ed.), *Politicheskaya identichnost' i politika identichnosti. Tom 2: "Identichnost' i sotsial'no-politicheskie izmeneniya v XXI veke"* [Political identity and identity politics. Vol. 2: Identity and socio-political changes in the 21<sup>st</sup> century], ROSSPEN, Moscow, Russia, pp. 258–283.

Oleinik, A. N. (2009), "Triangulation in content analysis. Methodology issues and empirical testing", *Sociological Studies*, no. 2, pp. 65–79.

Podvintsev, O. B. (ed.) (2016), *Rossiiskaya Arktika v poiskakh integral'noi identichnosti* [Russian Arctic in search of integral identity], Novyi khronograf, Moscow, Russia.

Semenenko, I. S. (2016), "Identity politics and identities in politics: interethnic perspectives in a European context", *POLIS. Political Studies*, no. 4, pp. 8–28, doi: <https://doi.org/10.17976/jpps/2016.04.03>.

Malinova, O. Yu. et al. (2017), *Simvolicheskaya politika: sbornik nauchnykh trudov. Vypusk 5: Politika identichnosti* [Symbolic policy: collection of scientific papers. Iss. 5: Identity politics], Institute of Scientific Information for Social Sciences of the Russian Academy of Sciences (INION RAN), Moscow, Russia.

Brigevich, A. (2016), "Regional identity and support for Europe: distinguishing between cultural and political social identity in France", *Regional & Federal Studies*, vol. 26, no. 4, pp. 475–507, doi: 10.1080/13597566.2016.1223057.

Keating, M. (2017), "Contesting European regions", *Regional Studies*, vol. 51, no. 1, pp. 9–18, doi: 10.1080/00343404.2016.1227777.

Keating, M. (1995), "Regions and regionalism in the European community", *International Journal of Public Administration*, vol. 18, no. 10, pp. 1491–1511, doi: 10.1080/01900699508525063.

Laclau, E. and Mouffe, C. (2014), *Hegemony and socialist strategy: towards a radical democratic politics (radical thinkers)*, 2<sup>nd</sup> ed., Verso, L., UK.

Lawson, S. (2016), "Regionalism, sub-regionalism and the politics of identity in Oceania", *The Pacific Review*, vol. 29, no. 3, pp. 387–409, doi: 10.1080/09512748.2015.1022585.

Raagmaa, G. (2002), "Regional identity in regional development and planning", *European Planning Studies*, vol. 10, no. 1, pp. 55–76, doi: 10.1080/09654310120099263.

Sedlacek, S., Kurka, B. and Maier, G. (2009), "Regional identity: a key to overcome structural weaknesses in peripheral rural regions?", *European Countryside*, vol. 1, no. 4, pp. 180–201, doi: 10.2478/v10091-009-0015-3.

Semian, M. and Chromý, P. (2014), "Regional identity as a driver or a barrier in the process of regional development: a comparison of selected European experience", *Norsk Geografisk Tidsskrift – Norwegian Journal of Geography*, vol. 68, no. 5, pp. 263–270, doi: 10.1080/00291951.2014.961540.

Šifta, M. and Chromý, P. (2017), "The importance of symbols in the region formation process", *Norsk Geografisk Tidsskrift – Norwegian Journal of Geography*, vol. 71, no. 2, pp. 98–113, doi: 10.1080/00291951.2017.1317285.

Syssner, J. (2009), "Conceptualizations of culture and identity in regional policy", *Regional & Federal Studies*, vol. 19, no. 3, pp. 437–458, doi: 10.1080/13597560902957518.

Zimmerbauer, K. (2011), "From image to identity: building regions by place promotion", *European Planning Studies*, vol. 19, no. 2, pp. 243–260, doi: 10.1080/09654313.2011.532667.

Zimmerbauer, K. and Paasi, A. (2013), "When old and new regionalism collide. De-institutionalization of regions and resistance identity in municipality amalgamations", *Journal of Rural Studies*, vol. 30, pp. 31–40, doi:10.1016/j.jrurstud.2012.11.004.

*Received October 24, 2019*