

От идеологического символа к туристскому бренду: Ульяновск родина Ленина

Аннотация

В статье затрагивается проблема идентичности места, которая определяется автором как слабая идентичность, нуждающаяся в подкреплении внешними конструктами. Основанием такого внешнего конструкта для Симбирска/Ульяновска стала официальная советская идеология, превратившая В.И. Ленина в культовую фигуру мирового масштаба. Какова судьба идентичности места в Ульяновске, как она меняется и каковы ее перспективы, может ли сегодня бренд «Ульяновск – Родина В.И. Ленина» обрести устойчивость как символ и основание новой идентичности.

Ключевые слова

Бренд «Ульяновск – родина В.И. Ленина», критерии типологизации идентичности, политико-идеологические основания конструирования идентичности, идентичность места, идентичность и самоидентификация как признак демократии, выбранная и навязанная идентичность, идентичность как товар, брендинг территории.

From the ideological symbol to the tourist brand: Ulyanovsk is Lenin's birthplace

Annotation

The article touches upon the issue of the identity of the place, which is defined by the author as a weak identity that needs to be supported by external constructs. The basis for such an external construct for Simbirsk / Ulyanovsk was the official Soviet ideology that turned Vladimir Lenin into a cult figure in the world scale. What is the fate of the identity of the place in Ulyanovsk, how it changes and what are its prospects, whether the brand "Ulyanovsk is Lenin's birthplace" can gain stability as a symbol and a base for a new identity today.

Keywords

Brand "Ulyanovsk is Lenin's birthplace", criteria of typology of the identity, political and ideological bases of identity construction, identity of the space, identity and self-identification as a sign of democracy, chosen and imposed identity, the identity as the commodity, branding of the area.

Внимание к проблеме идентичности в постмодернистском мире связано с попытками человека обрести экзистенциальную основу, вернуться к позитивистскому осмыслению места человека в мире в «эпоху ксерокса». На местном уровне актуальность проблема идентичности обретает в связи с поисками оснований для социальной сплоченности, для обеспечения внутренней солидарности и консолидации сообщества в целях формирования реальных механизмов регуляции и саморегуляции конкретных социальных практик на

основе взаимного согласования интересов и действительного равенства в возможности их реализации. Идентичность, таким образом, выступает основанием для социальной сплоченности (хотя можно говорить и об обратном влиянии – солидарность способствует усилению идентичности). В свою очередь политика идентичности имеет цель формирования определенных параметров групповой и персональной идентичности в целях лучшего управления массами.

Обратимся собственно к проблеме идентичности. Типологизация любого сложного феномена, по образному выражению Розенау, напоминает «салонную игру», позволяет выделить множество типов идентичности по разным критериальным основаниям (не говоря уже о выделении отдельных видов идентичности внутри каждого типа):

- по субъекту – персональная (индивидуальная) и коллективная;
- по степени проявления – сильная и слабая;
- по способу обретения /формирования – естественная и сконструированная;
- по самооценке – позитивная и негативная, кризисная;
- по направленности тождественности – «с кем я» (внутренняя идентичность) и «не с кем я» (внешняя идентичность, которая, тем не менее, способствует в виде внешнего вызова формированию внутренней тождественности иной группы);
- по времени существования: живая и «мертвая» (историческая, когда-то существовавшая);
- по факту существования – реальная, проявляющаяся в конкретных практиках, и мыслимая, эфемерная (конструкт в чистом виде);
- по степени актуализации в сознании – идентичность как результат осознанной рациональной или бессознательной социальной практики.
- по уровням – геополитическая, национальная, региональная, местная или локальная идентичность.

По всей вероятности, можно говорить о выделении исторических типов идентичности по разным основаниям.

То есть, идентичность предстает перед нами как крайне сложный, противоречивый, ускользающий от четких дефиниций феномен, множественная категория, о которой З.Бауман говорит как о «призме», сквозь которую рассматриваются и изучаются экономические, политические, социокультурные аспекты современного бытия человечества.¹ Однако представляется, что можно говорить о разной степени укоренённости данных аспектов в сознании индивида или группы. Идентичность формируется и проявляется с разной

¹См. Бауман З. Индивидуализированное общество. Ч.II. Как мы думаем. Гл. 11. Идентичность в глобализирующемся мире / Пер. с англ. под ред. В.Л. Иноземцева. – М.: Логос, 2005.

степенью интенсивности. Можно выделить «сильную» и «слабую» идентичности, где при определении тождественности главным критерием разделения будет выход тех или иных факторов самоидентификации на первое место, при этом эти факторы могут восприниматься осознанно, либо на подсознательном уровне.

В случае, когда фактор или основание для самоидентификации воспринимается осознанно, способствует выделению себя (своей группы) как некой отличительной самости и проявляется в социальном действии, речь может идти о сильной имманентной внутренней идентичности. Сильной идентичность может быть и в глазах внешнего, стороннего наблюдателя (наблюдателей), который придает наблюдаемому исключительную сплоченность и отличие от других, в то время как сам наблюдаемый может этого не ощущать и не осознавать.

Наиболее сильно идентичность проявляется в состоянии наличия вызова извне, когда существует угроза социальному благополучию, ущемляются национальные, религиозные, социальные или политические права. Самыми значимыми консолидирующими факторами, как показали исследования российских социологов и психологов, являются факторы социальной (статусной, профессиональной, конфессиональной, религиозной, этнической, гендерной и т. д.) и политической принадлежности. Здесь идентичность проявляется наиболее ярко как способность воспроизводить модель мышления, модель политического поведения и социальных практик, свойственную данному социуму.

В рамках данной статьи нас интересует идентичность места. Причём мы отличаем её от местной (локальной) идентичности.

Местная (локальная) идентичность (впрочем, это относится и к другим видам идентичности по уровням) – комплексный феномен. Она проявляется как совокупное восприятие населением себя, своей «самости» и тождественности как некоего объединяющего феномена, формирующегося и формируемого по разным основаниям (этническому, конфессиональному, экономическому, социальному...). Когда мы говорим об идентичности места, мы имеем в виду, что на первый план в качестве основания для идентификации выходит место рождения/ проживания человека.

Идентичность места в чистом виде практически не существует сама по себе и проявляется слабо. Она может формироваться, когда надо подчеркнуть качественное, существенное отличие человека именно по месту его рождения и проживания. Примеры: волжанин, сибиряк, москвич. Но в этом случае она приобретает символический статус, сливается с этнической идентичностью. Идентичность места требует привязки к более сильной идентичности – этнической, религиозной, мифологической, идеологической.... Так обстояло дело с идентичностью места у ульяновцев, которая возникла на основе становления

советской идеологии. Она носила социальный коллективный характер и шла не от человека, а извне – от государства, то есть носила государственно-конструируемый и государственно-организованный характер. При этом конфликта идентичностей не возникало, социальное и личное сливались в одно целое при доминировании социального, и социального предельно идеологизированного. Сила формирующейся новой идентичности была основана на проникновении государственной партийной идеологии в сознание простого человека, когда она становилась критерием оценки окружающей действительности и фундаментом определения поведения людей.

Проблема идентичности места для Ульяновска напрямую связана с проблемой оценки роли и места В.И. Ленина в истории. Фигура В.И. Ленина сливается с основанным им государством, и дискуссии о роли и личности Ленина как правило перерастают в дискуссии об СССР и о социализме. При этом постоянно присутствует элемент сравнения советского общества и общества современной России по принципу «лучше-хуже». Ленинизм и сегодня сохраняет актуальность как политическая и идеологическая доктрина. Социолог Йельского университета Иммануил Валлерстайн утверждает, что с течением времени в России весьма вероятно политическая реабилитация Ленина. По его мнению, где-то к 2050 г. он вполне может стать главным национальным героем.² Не случайно в Ульяновске в настоящее время все чаще предпринимаются попытки возродить роль и значение города именно как места рождения В.И. Ленина и объединить ульяновцев как земляков Ильича.

Вопрос заключается в том, насколько это актуально действительно и с каком случае может проявить себя в конкретных практиках как солидаризирующий фактор. Посмотрим, как Ленин становился символом, идеологическим мифом, а Ульяновск «Родиной Ленина».

Агитационно-пропагандистская машина ВКП(б) завертелась уже на следующий день после смерти Ленина. Будучи непререкаемым авторитетом в годы жизни, он должен был превратиться в «икону» после смерти. Это соответствовало модернизационной стратегии большевиков, ведь партия Ленина чрезвычайно эффективно использовала цементирующий российское общество триединый принцип «Православие-Самодержавие-Народность». Изменялось содержание, форма оставалась.

Принцип «Самодержавия» наполнялся идеей диктатуры пролетариата, его вождей. Традиции сильной власти в истории российской государственности, этактистские убеждения населения способствовали сохранению такой преемственности. Очень жестко проводит эту мысль Е. Шварц в пьесе «Дракон». Пришёл рыцарь Ланселот, которого никто не звал, и спас (хотя никто его об этом не просил) жителей города от свирепого дракона, к которому те в

² См. Валлерстайн И. Ленин и ленинизм сегодня и послезавтра//Эксперт. 2011. №1 (735) [электронный ресурс]. URL: <http://expert.ru/expert/2011/01/lenin-i-leninizm-segodnya-i-poslezavtra/> (дата обращения 12.08.2014)

принципе привыкли. Горожане сначала обрадовались – пришла желанная свобода! Побегали, побегали, устали от беспорядка, и, не зная, что с этой свободой делать, стали искать себе нового дракона. Провидец Шварц прав – демократию нельзя принести на блюдечке извне, в готовом виде, она – продукт длительного развития общества, его политической культуры. Традиции демократии были в российском обществе крайне слабы, исторический опыт демократии ничтожен. Укоренённость державности и вождизма, веры в доброго царя, в сильную власть облегчала большевикам задачу реализации на практике идеи диктатуры партийной верхушки.

«Народность» превратилась в советский коллективизм, что соответствовало не умершему еще общинному духу аграрной страны и позволяло объединить идею диктатуры и идею народного единства на коллективистских началах.

Идеологический вакуум в условиях ценностной аномии трансформирующегося общества не допускался, и «Православие» заменилось верой в коммунистические идеалы, в вождей революции, в особую миссию пролетариата. С новым революционным культом неразрывно был связан культ вождя – Пророка.

Ленин должен был стать центральной культовой фигурой новой революционной Веры. Сакрализация его началась уже при жизни. Культ Ленина формировался стихийно, сначала по инициативе солдатских, крестьянских низов. Этот культ был неразрывно связан с реализацией идей Октября, со становлением нового государства. После покушения на него в 1918 г. в беседе с В.Д. Бонч-Бруевичем Ленин говорил: «Это что такое? Как же Вы могли допустить? Смотрите, что пишут в газетах? Читать стыдно. Пишут обо мне, что я такой, сякой, все преувеличивают, называют меня гением, каким-то особым человеком... Коллективно хотят, требуют, желают, чтобы я был здоров... Так чего доброго, пожалуй, доберутся до молебнов за мое здоровье ... Ведь это ужасно! ... И откуда это? Всю жизнь мы идейно боролись против возвеличивания личности, отдельного человека, давно порешили с вопросом героев, а тут вдруг опять возвеличивание личности! ... В какие-то герои меня произвели, гением называют, просто черт знает что такое!»³

А. М. Горький на страницах журнала «Коммунистический интернационал» сравнивал Ленина с Петром Великим, называл его «легендарной личностью», «человеком, стоящим в центре и выше всего», утверждал, «что в эпоху преобладания религиозных настроений Ленина сочли бы святым», подчеркивал, что Владимир Ильич «обладает даром предвидения, гениальной интуицией мыслителя-экспериментатора» и т. д.⁴ Уже в 1921 г. в соответствии с

³ Бонч-Бруевич В. Д., Избр. соч., т. 3, 1964, Воспоминания о В. И. Ленине 1917–1924 гг. // Избр. соч. в 3-х тт. Т. 3. – М., 1963. С. 296–97

⁴ Горький А.М. Владимир Ильич Ленин//Коммунистический Интернационал. 1920. №12. Стлб.1927 (Ленин предложил Политбюро ЦК РКП(б) принять решение, признающее «крайне неуместным

ленинским планом монументальной пропаганды в Симбирске планировалось поставить памятник В.И. Ленину, хотя его имени не было в плане. Надо отметить, что сам Ленин, пока был в состоянии, достаточно жестко выступал против подобных действий и публикаций.

Во время болезни Ленина уже с конца 1923 г. на промышленных предприятиях, в клубах, учебных заведениях стала выделяться специальная комната, в которой стоял бюст Ленина или висели его портреты, находились его книги и газеты с его статьями и выступлениями, можно было познакомиться с биографией. После смерти вождя его культ начинает формироваться целенаправленно. Даже сама церемония похорон превратилась в сакральное действие. Начинается массовое переименование населенных пунктов, улиц и площадей, учреждений и предприятий. Повсеместно воздвигаются памятники Ильичу, печатаются плакаты, изготавливаются гипсовые бюсты, памятные медали, пишутся многочисленные книги о Ленине: воспоминания, рассказы, повести.

Эти процессы очень быстро начинают направляться и контролироваться коммунистической партией. Всесоюзная пионерская организация, носившая имя Спартака, в день смерти В.И. Ленина получила его имя. Российский коммунистический союз молодёжи (РКСМ) в 1924 г. переименован в Российский ленинский коммунистический союз молодёжи (РЛКСМ). На Красной площади в Москве начали воздвигать Мавзолей. 27 июня 1927 г. был издан декрет ЦИК СССР о порядке воспроизведения и распространения бюстов, барельефов, картин и т.п. с изображениями В.И. Ленина. Под контролем партии и государства создается двойственный героизированный и мифологизированный образ Ульянова-Ленина – «самого человеческого человека», «добротного дедушки» и «вождя мирового пролетариата, гения революции». Этот образ не был в чистом виде конструктом, навязанным извне, он шел и от народа, которому надо было во что-то верить, который столкнулся с величайшей катастрофой и стал участником героической революционной трагедии, именно поэтому образ гения и вождя революции обретает черты устойчивого имиджа и становится в ряде мест основой для формирования идентичности.

Причем, если например в Ленинграде формирование идентичности места было связано с революционными событиями («колыбель революции»), в Шушенском – с местом ссылки Ленина, то в Ульяновске, бывшем Симбирске, формируется идентичность места, связанная с фактом рождения. Эта идентичность приобретает все большее значение по мере сакрализации фигуры вождя мирового пролетариата. Каждая бытовая мелочь его жизни обретает культовое значение. Появляются сказки-мифы о Ленине: Ленин на субботнике с бревном, Ленин на детском утреннике, маленький Володя Ульянов, его помощь няне по

помещение в № 12 «Коммунистического Интернационала» статей Горького, особенно передовой, ибо в этих статьях не только нет ничего коммунистического, но много антикоммунистического. Впредь никоим образом подобных статей в «Коммунистическом Интернационале» не помещать»)

дому, его отношения с друзьями, его учеба, отношение к старшему брату, становление революционного сознания... «Без Ленина – по ленинскому пути» – эта рубрика стала постоянной во многих газетах после смерти В.И. Ленина.

Смерть Ленина стала определять будущую жизнь Симбирска. 26 января 1924 г. была создана специальная комиссия по увековечению памяти В.И. Ленина. Одним из первых вопросов, который на ней, был вопрос о переименовании городов. Название Ленинград было утверждено за Санкт-Петербургом. Относительно Симбирска выдвигались различные предложения. Декрет ЦИК от 9 мая 1924 г. гласил: «В ознаменование места рождения В.И. Ульянова-Ленина переименовать город Симбирск в город Ульяновск и Симбирскую губернию – в губернию Ульяновскую!» Газета «Пролетарский путь» писала: «Осиновый кол в дворянский Симбирск! Да здравствует родина Ильича!».⁵ Так начал формироваться новый имидж города – идеологизированный образ родины Ленина. Еще в марте 1923 г. постановлением СГИК был национализирован и передан в полное распоряжение РКП дом № 48 по Московской улице, в котором проживала семья Ульяновых в 1878-1887 гг.⁶ В декабре 1923 г. по инициативе бюро Истпарта Симбирского губкома РКП(б) здесь был открыт историко-революционный музей им. В.И. Ленина, называвшийся сначала «Музеем симбирского бюро Истпарта». Кроме исторических документов, характеризующих этапы революции и работы партии, в музее, в целях увековечения памяти вождя, предполагалось собрать воспоминания лиц, бывших близкими семье Ленина, проживающих в Симбирске, а также документы полицейских и жандармских органов о В.И. Ленине и архив гимназии, где он учился. В записке заведующего музеем в марте 1924 г. отмечалось, что «центром внимания, продолжающимся до сего времени, музей стал со дня смерти В.И. Ленина», и что «экскурсии посещают музей ежедневно по 2 – 3 экскурсии в день, посетителей было около 800 человек в месяц, в среднем наиболее всех интересуется отдел с материалами о В.И. Ленине».⁷

В 1928-29 гг. Музей был преобразован в Мемориально-бытовой музей В.И. Ленина. Это преобразование не было случайным. Нужно было найти способ музеефикации который представил бы человечность Ленина, вызвал бы интерес к его личности, его детству. Участие в восстановлении мемориальной обстановки в доме принимали сестры и брат Ленина. В музее регулярно шли экскурсии. В январе 1925 г. была издана книга «Семья Ульяновых в Симбирске» под редакцией и с примечаниями А.И. Ульяновой (Елизаровой).

⁵ «Пролетарский путь». 1924. 11 мая

⁶ Культура Симбирского-Ульяновского края: сборник документов и материалов/Авт.-сост. Н.В. Забалухина, А.Г. Пашкин, О.А. Полянская, Л.М. Сергуненкова / Под. ред. канд. ист. наук. А.Г. Пашкина. – Ульяновск: Корпорация технологий продвижения, 2011. С. 54

⁷ Культура Симбирского-Ульяновского края... С. 55

«Авторы книги Швер А.В. и Алексеев А.И. – работники Истпарта Ульяновского губкома РКП(б), использовали архивные документы и воспоминания живых свидетелей, знавших семью Ульяновых <...> Авторы книги в договоре с издательством оговорили, что весь доход от издания книги должен поступить на оборудование музея им. Ленина в г. Ульяновске». ⁸ Объекты, связанные с жизнью и деятельностью членов семьи Ульяновых в Симбирске, брались под охрану государства. В 1923-27 гг. были установлены памятные доски на домах, где жил и учился Ульянов-Ленин. На могиле И.Н. Ульянова установили доску с надписью золотом «Здесь похоронен отец В.И. Ленина - Илья Николаевич Ульянов». В 1924 г. жители области провели сбор средств на постройку самолета «Земляк Ильича» для первой советской эскадрильи «Ленин».

Встает вопрос – можно ли говорить о сформированной идентичности места у ульяновцев в предвоенный период, если считать критерием сформированности практику действий?

В 1920-1930-е гг. по всей стране на занятиях кружков ликбеза, на уроках и классных часах в школах, на политзанятиях, в институтах марксизма-ленинизма, в избах-читальнях изучалась биография В.И. Ленина, создавались кружки по изучению биографии вождя. В ней упоминалось о городе Симбирске/Ульяновске, но что такое современный им Ульяновск население СССР не знало. На страницах центральных газет того времени не удалось найти какие-либо упоминания о городе, лишенном в 1928 г. статуса губернского и превращенном в районный центр Средневолжского края. То есть стимула извне для формирования внутренней тождественности на основе общего землячества с Ульяновым-Лениным не было.

Население Ульяновска по сравнению с дореволюционным периодом почти не росло, во второй половине 1920-х гг. наблюдался демографический спад.

Год	1917	1923	1926	1931
Население (тыс.чел.) ⁹	63 700	68 700	70 600	68 900

Крупной промышленности практически не было. Провинциальный уездный город, где 85% построек деревянные, где в конце 1920-х–1930-е гг. было снесено большинство каменных храмов, которые архитектурно «держали» центр города, Ульяновск напоминал большую деревню. (Отметим, правда, что со второй половины в 1930-х гг. в экономике города начинают происходить позитивные сдвиги).

Связь с местом рождения В.И. Ленина, насколько можно судить по публикациям в прессе, осознавалась горожанами, однако образ родины Ленина как укорененный в сознании

⁸ Культура Симбирского-Ульяновского края... С.73

⁹ Сост. по: Население Ульяновской области. Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения 10.04.2014)

конструкт, не сформировался. Можно предположить, что не подкрепленная реальными основаниями в виде поступательных изменений в экономике, в городском хозяйстве, на фоне грандиозных строек, масштабных изменений в стране, идентификация места не была ведущей компонентой в самоидентификации населения Ульяновска. Факт переименования города существенным образом не повлиял на его развитие, на отношение к нему в стране, на духовный мир горожан. Даже обсуждение вопроса об установлении памятника Ленину в Ульяновске затянулось на годы. Предложение, как уже говорилось, впервые прозвучало в 1921 г. 26 января 1924 г. газета «Пролетарский путь» опубликовала обращение студентов Симбирского рабфака «ко всем гражданам и организациям Симбирска»: «Построим памятник Владимиру Ильичу. ...Пусть фигура его, нашего Великого земляка, будет вечным напоминанием нам о том, за что он жил и боролся. Пусть те, против которых он боролся, глядя на него, помнят, что и мы враги их, и что нас много, Ленин жив в нас». В апреле 1924 г. Государственное издательство Ульяновской губернии уведомляет Ульяновский губком РКП(б), что в организованных издательством скульптурных мастерских талантливые скульпторы по заказу изготовят памятник В.И. Ленину из разнообразных материалов, любой величины и по разным ценам (с рассрочкой).¹⁰ Завод «Красный Выборжец» в июле 1925 г. предлагает произвести лепку и отливку из лучшей художественной бронзы и любой величины фигуры тов. Ленина в своих специально оборудованных мастерских. «Лепку будет производить работающий у нас известный академик Харламов...».¹¹ В докладной записке Окружному ВКП(б) от уполномоченного Средне-Волжского облисполкома отмечается полная неосведомленность ульяновского Исполкома насчет некоторых мероприятий ОМУ, связанных с увековечиванием памяти В.И. Ленина, а также нерешенность вопроса о возможности установления памятника на пьедестале бывшего памятника Александру II.¹² То есть нужен был толчок извне для установления памятника Ленину на родине Ленина, однако произошло это к 70-летию со дня его рождения только в 1940 г.

Если судить о состоянии общественного мнения по материалам периодической печати, то в 1920-е гг. газета «Пролетарский путь», например, публиковала информационные сообщения со съездов ВКП(б) и Пленумов ЦК ВКП(б), Постановления рабочего и крестьянского правительства, писала о вопросах внутрипартийной жизни. Популярной была тема режима экономии, много писалось об открытии новых клубов, библиотек, о соцсоревновании, ликбезе, о международном положении, печатались отрывки из литературных произведений. Ленинская тема была предельно формализована. В передовицах

¹⁰ Культура Симбирского-Ульяновского края С. 70-71

¹¹ Культура Симбирского-Ульяновского края С. 70

¹² Культура Симбирского-Ульяновского края С. 70

надо было использовать ленинские цитаты, слово «ленинский» стало обязательной приставкой ко всему: ленинский субботник, ленинский марш, ленинский призыв, ленинские заветы, имени Ленина.... Но при этом сама тема перестала быть темой дискуссионных практик, а между реальной жизнью небольшого захудалого районного городка и масштабностью фигуры его уроженца была пропасть.

Сильная идентичность места, не подкреплённая экономически и заформализованная идеологически, если говорить о ней как о доминирующем факторе, не проявляется в Ульяновске вплоть до второй половины 1960-х гг., когда провинциальная ментальность ульяновцев нашла некое реваншистское удовлетворение в превращении города в крупный промышленный центр и своеобразную идеологическую столицу страны, известную далеко за её пределами.

В конце 1960-х – начале 1970-х гг. советское государство готовилось отпраздновать знаковые события: 50 лет Великой октябрьской социалистической революции, 100 лет со дня рождения В.И. Ленина, 50 лет образования СССР. Страна подводила итоги социалистического эксперимента – самого великого в мировой истории, ведь еще никто не пытался в таких масштабах осуществить на практике построение общества, основанного на принципах равенств, социальной справедливости, свободы от эксплуатации. Учебников не было, строили, как могли стремились во что бы то ни стало доказать преимущества социализма над капитализмом.

Вторая половина 1960-х – первая половина 1970-х гг., на которые пришлось знаменательные даты, – пик расцвета советского социализма. Поэтому отметить юбилей надо было максимально торжественно. Именно в эти годы Ульяновск находится в центре внимания всей страны. Он уже не такой провинциальный и отсталый. В 1943 г. город вернул статус областного центра, оброс промышленными окраинами, где разместились крупные эвакуированные в годы Отечественной войны предприятия. Население в 1967 г. выросло до 294 тыс. Однако в 40-50-е годы Ульяновск развивается весьма своеобразно. Старинный центр Ульяновска, весь почти сплошь из одноэтажных деревянных особнячков, окружали заводские микрорайоны Автозавода, УЗТС, Моторного завода... В.Л. Глазычев пишет: «Город в России – это разбухшая заводская слобода... социалистическая индустриализация, продолжая давнюю, глубоко укорененную традицию, вела к тому, что можно именовать тотальной «слободизацией» поселений. ... слободе придавалась «форма города»¹³. Однако логика триумфа социализма диктовала обновление не только индустрии. «Базис» должен был тянуть за собой «надстройку». Город должен был превратиться в образцовый

¹³ Глазычев В. Л.. Выслободжение городов [электронный ресурс]. URL: http://www.glazychev.ru/habitations&cities/1993_vyslob_gorodov.htm (дата обращения 13.05.2014)

социалистический и соответствовать высокому статусу родины В.И. Ленина. Это укладывалось в стратегию коммунистической партии, которая заключалась в торжестве коммунизма в мировом масштабе.

И к празднованию 100-летия со дня рождения В.И. Ленина облик провинциального города изменился. Отстраивается новый центр с монументальными сооружениями: храм Ленина – Ленинский мемориал (ЦК ВЛКСМ объявил эту стройку Всесоюзной ударной комсомольской), высотная гостиница «Венец», Дворец пионеров, Областная детская библиотека им.В.И. Ленина, новые здания железнодорожного вокзала и речного порта, современный аэропорт, Дворец профсоюзов (ныне Губернаторский), новое здание педагогического института. На волжском берегу появился прекрасный парк Дружбы народов.

В строительство нового центра Ульяновска – ленинской мемориальной зоны, включилась вся страна. Более 100 предприятий, институтов, художественных мастерских, творческих объединений и союзов страны участвовало в поставке для стройки материалов, оборудования, конструкций, документации. На Урале и в Узбекистане добывали, в Куйбышеве и в Санкт-Петербурге готовили металлоконструкции. Челябинск разрабатывал сетевой график строительства. На строительстве нового Ульяновска работали представители тридцати национальностей. Вместе с советскими комсомольцами трудился интернациональный отряд молодых строителей – посланцев Болгарии, Венгрии, Демократической Республики Вьетнам, ГДР, Кубы, Монголии, Румынии, Польши, Чехословакии. На многолюдные воскресники по строительству мемориала, пединститута и др. выходили все жители Ульяновска.

Изменившемуся облику соответствовало и возросшее экономическое значение Ульяновска в советской экономике. В 1964 г. был сдан в эксплуатацию первый корпус НИИ «Марс» и в этом же году открыл собственное экспериментальное производство автоматических систем управления для МВФ СССР. В 1970 г. начал выпускать продукцию продукции завод «Гидроаппарат». Построенный в 1960 г. завод «Комета» с 1968 г. становится главным поставщиком цифровых вычислительных комплексов и приборов электронно-вычислительной техники на все строящиеся подводные лодки и надводные корабли ВМФ СССР. С 1971 г. завод «Искра» быстро занимает место одного из крупнейших производителей отечественной мелкой электроники. С 1972 г. начинается серийный выпуск автомобиля УАЗ-469, который стал основным командирским автомобилем в Советской армии и в странах варшавского договора, сменив в этом качестве ГАЗ-69. Отметим, что плановая экономика обеспечивала предприятиям надежный государственный заказ.

В апреле 1975 г. по предложению министра авиационной промышленности П. В. Дементьева было принято решение о строительстве в г. Ульяновске авиационно-промышленного комплекса. На выбор местом грандиозной стройки именно Ульяновска оказали влияние два фактора. Министр авиационной промышленности П. В. Дементьев был уроженцем Симбирской губернии. В 1927 г. он окончил Симбирское (Ульяновское) профессионально-техническое училище, и суперпредприятие по строительству широкофюзеляжного самолета выглядело своеобразным подарком родному городу. Однако немалую роль сыграло и возросшее значение Ульяновска как идеологического центра. В условиях разрядки в 70-е гг. XX века противостояние СССР и США переходит преимущественно в экономическую плоскость (что не снимает его военно-технического аспекта), в частности в области современной авиации.

Под авиакомплекс был заложен новый городской микрорайон с современными проспектами и инфраструктурой. По численности населения Ульяновск бодро шагал к статусу города-миллионника. Поговаривали даже о строительстве метро.

Год	1967	1970	1973	1976	1986
Население (тыс.чел.) ¹⁴	294 000	351 085	395 000	429 000	566 000

Несмотря на наличие УАЗа, авиазавода, предприятий оборонного комплекса город оставался открытым. Видимо, идеология («Родина вождя революции») в данном случае оказалась сильнее требований госбезопасности. Обновленный Ульяновск превратился в своеобразную туристскую Мекку. В период навигации около шести туристических теплоходов, в том числе и с иностранными туристами, ежедневно утром приходили в город с верховьев и низовьев Волги, и пестрые группы под зорким присмотром экскурсоводов, прогуливались по Венцу и мигрировали из музея в музей до обеда. А потом с Венца можно было наблюдать за отплывающими огнями теплоходов. В 70-е гг. в наш город приезжало около миллиона туристов в год. Только Дом-музей В.И. Ленина принимал по 400 тысяч посетителей – по тысяче (а, бывало, и до трех тысяч) в день. В гостиницах не было мест, гостям предлагались многочисленные яркие буклеты. Регина Писарек приятным голосом пела на польском: «Ульяновск, Ульяновск, в размахе синей высоты, ты вечен, Ульяновск, как Ленин, вечен ты». Эту особую гордость, особый статус может и не всегда осознанно, но ощущали жители города и области, появилось ощущение некоей эксклюзивности, почти избранности. В 1966 г. Ульяновская область была награждена орденом Ленина, а в 1971 г. орден Ленина получил город Ульяновск.

¹⁴ Сост. по: Население Ульяновской области. Википедия. URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения 10.04.2014)

«Ульяновск – родина Ленина» был в то время, говоря современным языком, хорошо узнаваемым и хорошо продаваемым брендом. Ульяновцы с гордостью называли себя земляками Ленина. В любом населенном пункте Советского Союза, да и в странах социалистического лагеря об Ульяновске говорили: «А, это на Волге. Это родина Ленина». Тема Ульяновска постоянно присутствовала на страницах центральной периодической печати. Даже журнал «Крокодил» посвятил 100-летию со дня рождения В.И. Ленина вполне нешуточный выпуск.¹⁵ В 1970 г. уральские лесники 100 лет в ознаменование 100-летия со дня рождения Ильича посадили более миллиона саженцев деревьев, образующих надпись длиной 575 м «Ленину 100 лет», которая сегодня видна из космоса. И подобных примеров множество. В 1970-е гг. практически в каждом крупном городе СССР обязательно был Ленинский район и в каждой области – город или поселок, в том или ином варианте носящий его имя. Число городов, районов и поселков с именем Ленина достигало тогда в СССР 256.¹⁶

Когда средством идентификации места становится централизованно насаждаемая идеология, можно говорить о политико-идеологической идентификации, сконструированной средствами идеологической пропаганды. Так произошло с Ульяновском и ульяновцами в конце 1960-х-начале 1970-х гг. Но пропаганда подкреплялась реальной экономикой, что делало ее действенной, а идентичность места устойчивой.

В 1990-е гг. все изменилось и для страны, и для Ульяновска. Очень быстро начинает разваливаться промышленность и городское хозяйство. Опустели многие корпуса завода «Искра». В 1993 г. уменьшается оборонный заказ «Комете», и предприятие вынуждено перейти на выпуск гражданской продукции и самостоятельно находить заказчиков. В 1994 г. остановлено производство самолётов Ан-124 «Руслан». Динамичный, интеллектуальный Новый город замирает и медленно умирает. В школах Нового города до развала СССР и начала рыночных реформ было по 10 и более параллелей. В 1990-е гг. многие школы с трудом набирают 1-2 параллели. Некоторые школы и многие детские сады закрываются. Одичал парк Дружбы народов. Наблюдалось быстрое сокращение численности населения за счет миграционного оттока. Обветшалое городское хозяйство, асфальт как после бомбежки... К концу 1990-х годов региональная экономика стала одной из самых депрессивных в России. Ульяновск, попытавшись какое-то время удержаться на позиции «красного города», который не затронули быстрые процессы приватизации и либерализации цен, снова стал символом – символом застоя, отставания в развитии. Ульяновск 1990-х – глубокая провинция, замершая и сонная, «столица обломовщины». Население оцепенело,

¹⁵ См. «Крокодил» 1970 г. № 4. Ульяновск. Выпуск посвящён 100-летию со дня рождения Владимира Ленина. Автор – Герман Огородников [электронный ресурс]. URL: <http://ul-people.ru/wp-content/uploads/2012/05/111.jpg>(дата обращения 14.06.2014)

¹⁶ Черная книга имен, которым не место на карте России/ Сост. С.В. Волков. М., «Посев», 2004. С. 28

замкнувшись на практиках индивидуальных выживаний. В сознании бывших советских людей место официальной уверенности в своем настоящем и будущем, в будущем региона, занимает растерянность и утрата прежней официозной идентичности. Обретается новая идентичность со знаком «минус», в основе которой глубокий комплекс неполноценности. Соцопросы фиксируют преобладание базисных идентичностей: национальность, близкие, семья, сверстники, коллеги.¹⁷ Идеология уходит на последний план. Наступило время безыдейности.

Меняется отношение к Ленину. Широкое распространение получают мифы «от противного» или «антимифы»: Ленин шикарно жил на средства партии за границей, Ленин – немецкий шпион, Ленин – кровавый диктатор, Ленин – разрушитель церквей и расхититель церковных ценностей.... Они не новы, но удивительно живучи, хотя историческая недостоверность связи Ленина и большевиков с германским военным командованием в 1917г. доказана.¹⁸ Разрушение памятников В.И. Ленину на пространстве бывшего СССР – обратная сторона антимифов. А в Ульяновске бурно обсуждается вопрос о возвращении старого названия – Симбирск.

Медленное и трудное возрождение начинается примерно с середины нулевых годов XXI в. В рамках данной статьи мы не будем останавливаться на том, как постепенно восстанавливались город и область. Процесс этот еще не завершен и по основным показателям мы до сих пор не вышли на уровень начала 1990-х гг. XX в. Но область добилась ускорения динамики развития, что позволило не только смотреть в прошлое, вытягивая хозяйство из пропасти, но и задуматься о будущих перспективах.

«Куда лечу?» – спрашивала небезызвестная ворона из мультфильма про домовенка Кузю. Преодоление глубокого системного кризиса, в котором находилась область, и переход к динамичному поступательному развитию предполагали разработку концепции реформирования. Основные вопросы, на которые должны были быть найдены ответы: какие реформы мы проводим; какими средствами; в чьих интересах и за чей счет; каковы перспективы и последствия их реализации. Ульяновская область должна была определить, где находится оптимальное соотношение: между административными рычагами регулирования экономики и рыночным саморегулированием; между функциями ветвей власти; между общим направлением реформ, механизмами их реализации и интересами

¹⁷ Данилова Е., Ядов. Е. Кто есть мы? Неустойчивая социальная идентичность становится нормой в нестабильном социальном пространстве//Молодежь Эстонии. 19.11. 2003.

¹⁸ См, например, исследования С. Ляндреса: Lyandres Semion. The Bolsheviks' "German Gold" Revisited: An Inquiry into the 1917 Accusations [электронный ресурс]. URL: <http://carlbeckpapers.pitt.edu/ojs/index.php/cbp/article/view/63>; Ляндрес С. Немецкое финансовое участие в Русской революции. Россия в 1917 г. СПб, 1993.

большинства граждан региона; между компетентностью и ответственностью органов власти (региональной, местной) и самоуправлением.

Но, наряду с разработкой научной концепции реформирования, не менее важно было мобилизовать население области на поддержку программы преобразований, ведь без этого все реформы будут идти жестко сверху, в ущербном варианте. Практика показывает, что народ не очень вникает в глубинный смысл сути преобразований, но хочет видеть просто сформулированные лозунги и ясно очерченные горизонты. «Вперед, к победе коммунизма!», «Развитое социалистическое общество», «Догоним и перегоним Америку!», «Строим «сяокан» общество малого благоденствия» (это уже из истории современного Китая). Лозунги являются частью идеологии страны. По ним можно воссоздать картину давно минувших лет и проследить, против чего боролись и к чему стремились поколения людей. Но на общероссийском уровне в условиях утраты единого идеологического стержня выработать последовательную программу реформ под четкими объединяющими народ лозунгами не удалось. Периодически делаются попытки выработать новую национальную идею для России, идею, которая должна лечь в основу определения целей движения и смыслов жизнедеятельности нации, формирования национальной идентичности и новых, наполненных созидательным содержанием лозунгов. Пока в качестве единственной внятной формулы можно признать лозунг «Россия – попробуй завали!», явленный в качестве победителя конкурса арт-концепций «Национальная идея России» на Венецианской Бьеннале в мае 2013 г. и воплощенный в виде огромной пятиметровой неваляшки (шар с несокрушимым дубовым бревном на нем и с золотым двуглавым орлом на самом верху и надписью «Попробуй, завали»), которую можно было попытаться перевернуть (никому не удалось)¹⁹. Может быть, в свете Крымских событий это и актуально, но на одном вызове позитивно динамики развития не достигнуть.

С утратой национальной стало приходить понимание отсутствия и региональной идентичности и того, что без ответа на вопрос «Кто мы такие?» ответить на вопрос «Куда мы идем?» невозможно, как невозможно мотивировать население жить и заинтересованно трудиться во имя не только личных, но и коллективных целей. Пришло также осознание новых рыночных реалий и наступления эры жесткой конкуренции регионов в борьбе за инвестиции. Так появляется идея необходимости формирования позитивного имиджа и брендинга, осознанная, кстати, не только в нашей области. Многие регионы начинают

¹⁹ Среди других концепций, представленных на конкурс, были «Портрет Ломоносова, нарисованный нефтью», «Отказ от либеральных ценностей (статуя «Родина-мать» прогоняет из России статую Свободы)», «Человек, высекающий себя из скалы молотом», «Медведь с планшетом в лапах», «Самое главное – человек (памятник рядовому россиянину)» и др. Отметим странную вереницу образов-символов: «Рабочий и Колхозница» Мухиной представляли образ СССР в Париже на Всемирной выставке 1937 года, Незнайка – на Шанхайской ЭКСПО 2010 г. ...

обзаводиться логотипами с соответствующими слоганами, отражающими специфику и инвестиционную привлекательность: «Ненецкий автономный округ – Североевропейская кладовая России», «Омский регион – открытая Сибирь!»...

В 2010 г. компания Stas Marketing Partners выиграла конкурс на создание бренда Ульяновской области. Консультанты Stas Marketing провели серьёзную подготовку при его разработке. Глубинные интервью, анкетные опросы жителей области, сопровождались комплексным анализом социальной среды, анализом состояния региональной экономики и изучением ее потенциальных возможностей.

При разработке бренда принимались во внимание следующие моменты:

- положительная динамика экономики региона за последние годы, потенциальная готовность его к «экономическому «взлету»;
- наличие авиационной составляющей как главного «прорывного направления»;
- наличие в регионе кадрового и промышленного потенциала;
- стремление населения региона взять реванш за утраченные «центровые места» в стране.

Итогом работы стал слоган «К взлету готов!» и логотип в виде взмывающего вверх самолёта, который оставляет в небе хвост в виде буквы «У». И в июне 2010 г. в Москве на выставке научно-технического творчества молодежи НТТМ-2010 бренд был явлен миру. Авиационная составляющая играла в нем значительное, но далеко не ведущее место. Важно было представить регион готовым к прорыву в любой сфере за счет серьезного инновационного потенциала. И в 2012 г. Ульяновская область получила крупный заказ от Министерства обороны на поставку 39 модернизированных транспортных самолетов Ил-76 МД-90-А на сумму порядка 140 млрд рублей. Начал развиваться авиационный кластер.

Бренд работает уже больше четырех лет, и пришло время подвести некоторые итоги и поставить вопросы: Что такое лозунг «К взлету готов!» – очередной провинциальный миф или серьезная заявка на будущее? «Взлетели» ли мы? Как относятся сами ульяновцы к этому взлету? Что конкретно мы получили от использования данного бренда и исчерпаны ли его возможности? Что из себя может представлять новый бренд области?

<i>Позитив на тему бренда</i>	<i>Негатив на тему бренда</i>
<ul style="list-style-type: none"> - стабильно растут объемы инвестиций в экономику; - формируется современная кластерная структура экономики; - повысилась рождаемость; - выросло количество спортивных объектов; - значительно вырос объем внешней 	<ul style="list-style-type: none"> - обострилась конкуренция на «инвестиционном поле» с соседними регионами; - область все еще является дотационной; - демографическая убыль за счет миграционного оттока населения сохраняется; - ухудшение динамики развития в 2013 г.

Структура бренда сходна с мифом. Собственно бренд является социальным мифом о товаре. Описывая характерные черты современного мифа, Ролан Барт писал: «Для определения мифа важен не сам предмет сообщения, а то, как о нем сообщается; можно установить формальные границы мифа, субстанциональных же границ он не имеет.... Любую вещь можно вывести из ее замкнутого, безгласного существования и превратить в слово, готовое для восприятия обществом...»²⁰. Но затем это слово (лозунг, девиз), проникая в общественное сознание, обретает способность наполняться различными смыслами, что мы и наблюдаем в сегодняшней региональной реальности.

Возникнув на основе экономической составляющей, миф-конструкт «Ульяновск – на взлет!» перешел в далеко не смежные сферы и обретает в них самостоятельное проживание: открытый региональный турнир по мини – футболу среди любительских команд «Ульяновск – на взлет!»; «Ульяновск, на взлет! Высший пилотаж в рок-баре «Мачете»; «Ульяновск на взлет! Успехи молодых ульяновцев на мировых аренах» (с чемпионата Европы по пауэрлифтингу); классные часы «Ульяновск на взлет!» 1 сентября в школах области; конкурс детского художественного творчества «Ульяновская область – на взлёт!», девиз I Съезда работников культуры «Ульяновская область – на взлёт!» Впереди на взлётной полосе год культуры».

Отношение населения к бренду разное: от патриотичного до крайне ироничного:

- «Ульяновск – на взлет». Как? Опять?

- Что только не придумает наша власть – лишь бы не строить дороги!!!

- Знаете, а мне все равно импонирует то, что работа над имиджем хоть какая-то, но ведется! Вернуть былую славу нелегко...²¹

Вложив много смыслов в бренд и наполняя его реальным содержанием в целях формирования региональной идентичности, областные власти должны задуматься над тем, что не стоит «распылять» смыслы и не слишком ли их много (смыслов) для одного города: Родина Колобка, Культурная столица Поволжья (России, СНГ, Европы...), Родина талантов, Столица обломовщины, родина буквы Ё, Авиационная столица России, геопатогенная столица России(!) и, наконец – Родина Ленина.

Актуален ли сегодня бренд «Ульяновск – родина В.И. Ленина» до сих пор и может ли снова стать основанием идентичности места? Ульяновск или Симбирск? Преобладают сторонники Ульяновска, что отражает идею свободы выбора идентичности в условиях

²⁰ Барт Р. Избранные работы: Семиотика. Поэтика. – М.: Издательская группа "Прогресс", "Универс", 1994. С.72

²¹ Удастся ли колобку привлечь больше туристов, чем Ленину? Комментарии// Главные новости Ульяновска [электронный ресурс].–URL: <http://m.mosaica.ru/index.php?action=full¶ms=24972/main> (дата обращения 21.03.2014)

демократии. Что мы выбираем и по какой причине? Идеологические постулаты ушли в прошлое. Ничего не принимается как данное. Имя Ленина и его дела стали предметом острых дискуссий в 1990-е гг. Сейчас население относится к вопросу идентичности места прагматично. Дискуссионный поток не иссякает, но для возникновения идентификации места, которая стимулировала бы социальную сплоченность населения региона, этого недостаточно.

Если «родина Ленина» и станет основанием для формирования идентичности места, то только по соображениям экономической выгоды для региона и его жителей. «Выросло целое поколение, которому что Ульянов, что Александр Македонский – одно и то же».²²

В современном мире рекламы, афиш, слоганов и имиджей, чтобы тебя заметили, надо о себе заявить громко и внятно. Кадровые, инфраструктурные, сырьевые, производственные преимущества есть у многих, но почему инвесторы должны прийти именно к тебе, как их привлечь? Сначала – заманить, учит классический маркетинг. Ну а дальше реальными делами придется доказывать свои преимущества и показывать возможности. Территориальный брендинг имеет право на жизнь, если за брендом стоят не только мифы, в противном случае он умирает.

Дискуссии о социализме в российском обществе, успехи Китая в строительстве национально-ориентированной социалистической модели – все это возрождает интерес к фигуре Ленина. Пока интересующихся, как жил Ленин, когда он был «маленький, с кудрявой головой» немного. В год через комнаты дома Ульяновых проходит около 30 тыс. туристов. Но число их постоянно растёт, поэтому ульяновцы и не спешат расставаться с названием города, данным в 1924 г., и возвращаться к старому названию, тем более что от дворянско-купеческого Симбирска почти ничего не осталось.

В настоящее время можно наблюдать частичную реабилитацию мифа о Ленине в массовом сознании – явление, тесно связанное с общим ростом ностальгии по советскому и по «великой истории», которая «была». Идеино-коммунистические составляющие этого мифа, вероятно, мало актуальны сегодня. Важнее тема отца-основателя «могучего» советского государства, тема ностальгии по периоду официальной уверенности, по идеям социальной справедливости. Но еще более важны в качестве оснований нового идентификационного конструкта возможные выгоды от успешно продаваемой идентичности места – реализация грандиозного проекта туристского кластера «Музей СССР» и туристские потоки в перспективе развития «красного туризма».

²² Глазычев В.Л. Симбирск или Ульяновск. Видеоинтервью [электронный ресурс]. – URL: <http://www.youtube.com/watch?v=v8dbtWNCp6s&list=UU5w6MVfS6yxRZcxL-InlRFw> (дата обращения 13.06.2014)