

А. Ю. Тихонова

Роль творческой личности в формировании имиджа территории

Автором проведено пилотное исследование с целью анализа проблемы понимания населением Ульяновской области значения творческой личности в формировании имиджа территории. В статье проанализированы ответы на составленные автором анкеты и выявлено, что все респонденты понимают творческую личность как ведущего социального актора в развитии региона. В то же время автор подчеркивает амбивалентность в ответах анкетированных: признавая Ульяновск родиной В. И. Ульянова-Ленина, большинство участников опроса не определяют его (Ленина) как творческую личность, деятельность которой оказала значительное влияние на развитие территории. В статье доказывается, что респонденты ограничены в определении лиц, представителей различных творческих направлений, деятельность которых способствовала процветанию края; никто из участников опроса не назвал ни одного современника, не подчеркнул, что любой житель территории является творцом ее истории и культуры, не определил себя как жителя города, трудящегося на его благо. Исследование подтвердило необходимость организации целенаправленной работы по формированию в общественном и индивидуальном сознании достойного имиджа Ульяновской области, понимания значимой роли творческой личности в становлении имиджа края.

Ключевые слова: творческая личность, имидж территории, бренд региона, развитие культуры, исследование, анкетирование, Ульяновск.

A. Yu. Tikhonov

The Role of the Creative Personality in Formation of the Image of the Territory

The author made a pilot research for the purpose of the analysis of the problem of understanding by the population of the Ulyanovsk region of the value of the creative person in formation of the image of the territory. In the article answers to the questionnaires made by the author are analysed and it is revealed that all respondents understand the creative person as a conducting social actor in the development of the region. At the same time the author emphasizes ambivalence in respondents' answers: recognizing Ulyanovsk as V. I. Ulyanov-Lenin's homeland, most of participants of the poll don't define him as a creative person whose activity made a considerable impact on the development of the territory. In the article it is proved that respondents are limited in definition of persons, representatives of various creative directions whose activity promoted prosperity of the region; participants of the poll have not named any contemporary and emphasized that any inhabitant of the territory is a creator of its history and culture, has not defined himself as a resident working for the town benefit. The research confirmed need to organize purposeful work on formation in public and individual consciousness of the worthy image of the Ulyanovsk region, understanding of the significant role of the creative person in formation of the image of the region.

Keywords: a creative personality, an image of the territory, a brand of the region, development of culture, research, survey, the Ulyanovsk region.

Бытие мира культуры конкретного региона обусловлено бытием человека, проживающего на данной территории. Предметы и явления региональной культуры немислимы без реальной личности. И сама индивидуальная составляющая человека наиболее ярко проявляется в региональной культуре, территориально близкой и лично для него значимой. Подчеркивая роль личности в развитии культуры территории, Т. С. Злотникова, наряду с понятием «география пространства», вводит понятие «география души» [1]. Бесспорно, в своей среде, в культуре своего региона человек быстрее реализует творческий потенциал. Каждый из жителей края вносит свой вклад в развитие региональной культуры и признает/не признает вклад другого. Кроме того, само региональное культурное явление все-

гда индивидуально, что с неизбежностью вытекает из индивидуальности, субъективности ее творцов, их понимания смыслов региональной культуры. Следовательно, сама творческая личность участвует в формировании культуры территории и ее имиджа.

Исследования ученых Н. А. Андриановой, Е. В. Бондаренко, И. С. Важениной, Д. А. Золотухиной, Т. А. Морозовой, Н. М. Старинщикова, И. К. Черемушниковой и др. подтвердили значимость личности в становлении имиджа города, региона, но роль творческой личности в указанном процессе авторами не анализировалась. Так, Т. А. Морозова характеризует «город как особое социокультурное пространство взаимодействия исторических традиций, ценностей и социально-политических, социально-экономических, куль-

турных событий города» и определяет его как «пространство, с которым идентифицируется население города, его гости в соответствии с исторической памятью, ментальными особенностями, стереотипами и имиджем города» [3, с. 7]. Описывая имидж в смысловом пространстве культуры, И. К. Черемушников подчеркнула, что «имидж как социальная практика имманентен любой организованной группе и обществу в целом на всех этапах его развития. Имидж – не столько конечный результат (воплощенный в конечном образе), сколько перманентный процесс» [5, с. 25]. Необходимо изучить особенности становления имиджа каждого региона и участие творческой личности в этом процессе.

Проанализируем понимание роли творческой личности в формировании имиджа территории на примере Ульяновской области.

Нами было проведено анкетирование жителей города Ульяновска с целью выяснения особенностей понимания ими значения творческой личности для создания имиджа территории. В анкетировании принимали участие представители двух возрастных групп: студенты Ульяновского государственного педагогического университета им. И. Н. Ульянова (возраст – 18–20 лет) и старшее поколение (родители студентов, преподаватели и сотрудники педагогического университета – возраст старше 40 лет) примерно в равном соотношении (52 и 48 % соответственно).

По мнению анкетированных, брендом региона и первой ассоциацией, которая приходит в голову, когда слышишь или читаешь об области, у обеих групп респондентов является «Родина Ленина». У молодежи подобные ответы наблюдались в 72 %, у старшего поколения – в 58 %. Второе место у обеих групп занимает позиция – «Родина Карамзина и Гончарова», но у студентов это 11 % выборов, а у взрослых – 24 %. Затем в порядке убывания у молодой аудитории: «Ундоры», «Буква Е», «Город семи ветров». У старшего поколения: «Ундоры» и «Река Волга». Никто из участников анкетирования не назвал такие знаковые для Ульяновской области достопримечательности, как «Камень симбирцит», «Родина Колобка» и др. Ни один из опрошенных не определил как значимые для бренда Ульяновской области УАЗ и Авиастар – ведущие промышленные предприятия региона.

Отвечая на вопрос *Назовите природный объект Ульяновской области, который Вы считаете привлекательным и хотели бы посетить*, участники опроса единодушно первым назвали

«Белое озеро», затем «Сенгилеевские горы», «Ундоры» и «Винновскую рощу». Между тем Белое озеро находится на юго-западе Ульяновской области, в Николаевском районе, и достаточно удалено от областного центра. А Винновская роща расположена в железнодорожном районе города, но, как видно из опроса, не является привлекательным природным объектом для респондентов (к сожалению, район проживания в анкете не уточнялся).

Важным для нашего исследования был и следующий вопрос: *Назовите творческую личность, представителя Симбирской губернии – Ульяновской области, деятельность которой влияла или влияет на формирование имиджа нашего края*. Все опрошиваемые прежде всего называли Н. М. Карамзина: студенты – в 80 % случаев, старшее поколение – в 67 %. Это может быть связано с празднованием юбилея писателя-историка в прошедшем году и проходившими в городе и университете мероприятиями, посвященными ему в связи с этим. У молодой аудитории на втором и третьем месте архитектор А. А. Шодэ и художник А. А. Пластов. У старшего поколения – А. А. Пластов и В. И. Ленин (всего лишь 6 % респондентов). Признавая Ульяновск родиной В. И. Ульянова-Ленина, большинство участников опроса не определяют его как творческую личность, деятельность которой оказала значительное влияние на развитие территории. Безусловно, спорный вопрос – является ли политическая деятельность творческой. В то же время причиной отсутствия многих имен в перечне у опрошиваемых может быть неполное понимание ими сути творческой деятельности и недостаток знаний о деятельности той или иной личности.

Между тем знаковыми для имиджа Симбирска-Ульяновска являются имена таких известных деятелей политики, культуры, как В. И. Ульянов (Ленин), А. Ф. Керенский, И. А. Гончаров, Н. М. Карамзин и др., жизнь и дела которых были тесно связаны с нашим краем. На Симбирской земле жили, творили и своим трудом прославили край архитекторы И. А. Бенземан, Ф. Е. Вольсов, М. П. Коринфский, Ф. О. Ливчак; драматические актеры В. Н. Андреев-Бурлак, М. Г. Савина, П. А. Стрепетова; литераторы И. И. Дмитриев, Д. Д. Минаев, С. Г. Скиталец, Н. М. Языков; ученые А. И. Воейков, Е. Е. Горин, П. М. Языков; художники Д. И. Архангельский, А. А. Пластов, П. И. Пузыревский и многие другие. Тесно связано с краем творчество

М. Горького, А. С. Пушкина и др. И этот перечень можно продолжать и продолжать. Как выяснилось, не все эти имена достаточно известны опрашиваемым жителям Ульяновской области, их деятельность они не всегда соотносят с Симбирско-Ульяновским краем.

Следует также отметить, что никто из участников опроса не назвал ни одного современника, не подчеркнул, что любой житель территории является творцом ее истории и культуры, не определил себя как жителя города, трудящегося на его благо. Мы согласны с мнением Ю. В. Петрова, что «история как живая действительность складывается из различных планов бытия. В одном случае это повседневные дела людей, лежащие на поверхности видимой действительности: это могут быть как дела “государей и толстосумов”, так и поступки простых и безвестных людей, с их заботами, надеждами, устремлениями. Историю этого плана называют “событийной”, открывающейся взору в индивидуальном измерении. Будучи “сверхчуткой”, она остро реагирует на мельчайшие социальные изменения. Но именно данное обстоятельство и делает историю этого плана самой “притягательной”, самой “человечной”» [4, с. 88]. Для нашего исследования важно утверждение, что и рядовые граждане территории являются творцами культуры своего края, прославляя его в творчестве, работая на его имидж.

Материалом для более глубокого изучения должны стать и ответы на следующий вопрос анкеты: *Какие творческие события, фестивали, проводимые на территории Ульяновской области, Вы считаете важными, значимыми для формирования ее имиджа?* В первую очередь респонденты называли традиционный Международный культурный форум, проходящий в Ульяновской области ежегодно в сентябре. Студенты поставили его на первое место (50 % опрошенных), а представители старшего поколения – на второе (27 %) после Обломовского фестиваля (46 %). Кроме названных мероприятий, отмечались такие события, как фестиваль «Волжский путь», Сытинские научные чтения. Последнее отметили 18 % респондентов старшего поколения и не назвали студенты. Больше никаких событий, направленных на развитие творческого потенциала населения области, в анкетах перечислено не было.

Между тем, в настоящее время территория Ульяновской области позиционируется областным правительством и лично губернатором

С. И. Морозовым как территория творчества, организуется много творческих конкурсов, главным из которых является грантовый конкурс «Ульяновская область – творческий регион», направленный на поддержание творческих коллективов. Приведем неполный перечень конкурсов, проведенных только в 2015 г.: VIII региональный чемпионат по интеллектуальным играм «Что? Где? Когда?», «Лучший PR-специалист Ульяновской области – 2015», конкурс на лучший проект памятника Святому Николаю Чудотворцу, молодежный инновационный форум, III открытый фестиваль семейного творчества «Хобби-парк», межрегиональный конкурс инновационных проектов детей и юношества «Новое поколение – 2015», региональный конкурс детского самостоятельного творчества «Симбирский олимп – 2015» и многие другие. В качестве примера можно также привести проходивший недавно областной конкурс «Лучший туристический маршрут Ульяновской области». Представленные на конкурс работы были выполнены в муниципальных образованиях педагогами, работниками учреждений культуры, студентами. Среди лучших экспертной комиссией были названы следующие маршруты: «По святым местам: культурное наследие муниципального образования «Базарносызганский район», «К баевскому окаменелому дереву, или 30 миллионов лет назад (Кузоватовский район)», «Заповедные уголки Николаевского района».

Участники опроса, как следует из анкет, не всегда осведомлены о проведении творческих мероприятий, конкурсов в регионе. Хотя, отвечая на вопрос *В каких средствах СМИ Вы получаете информацию об Ульяновской области и мероприятиях, проходящих на ее территории?*, большинство назвали интернет (50 % студентов и 36 % представителей старшего поколения), на втором месте – газеты и телевидение. Возникает вопрос: почему жители города не знают о проходивших в крае мероприятиях? Проблема требует дополнительного исследования презентаций конкурсов и анализа сайтов интернета, новостных разделов газет и телевидения.

Респондентам предлагалось также оценить творческую привлекательность Ульяновской области по 5-балльной шкале. Оценка привлекательности региона у молодежи составляет 3,8 балла, а у старшего поколения – 3,1 балла. При этом на вопрос *Если Вам представится возможность переехать в другой регион, то Вы уедете или останетесь в Ульяновской области и почему?* 53 % респондентов в возрасте 18–20 лет

ответили, что останутся. Причины отмечали разные: «здесь моя родина», «здесь живут близкие мне люди», «люблю свой город», «регион богат историко-культурными памятниками» – но многие приписывали: «...останусь, если будет достойная заработная плата». Твердое желание уехать выразили 47 % опрошенных студентов. Старшее поколение выразило желание остаться в 30 % ответов (без объяснения причин), столько же – желание уехать. 40 % не ответили на поставленный вопрос. Намерение уехать респонденты от 40 лет и старше объясняют следующими причинами: «низкий уровень жизни», «низкая зарплата», «сложность трудоустройства». Как видно из ответов, молодежь настроена более позитивно по отношению к современной Ульяновской области, но в то же время потенциально уезжающих из области среди молодых респондентов значительно больше, чем среди взрослого населения.

Результаты анкетирования, безусловно, воспроизводят мнение не всех жителей города, области, но являются показательными, отражают представления опрашиваемых о родном крае – во многом ассоциативные, ядром которых являются базовые представления, соотносимые респондентами с регионом. Анализ ответов на вопросы анкеты свидетельствует, что в регионе необходимо организовать целенаправленную работу по формированию в общественном и индивидуальном сознании достойного имиджа Ульяновской области, важно демонстрировать значимую роль творческой личности в становлении имиджа края. Не случайно, по мнению А. Н. Крылова, «положительный имидж города, территории является важным условием формирования территории-бренда» [2, с. 225]. Позитивный имидж края формирует у жителей эмоциональную привязанность к нему, ориентирует на творческую деятельность во благо региона, выстраивает жизненную позицию, отражающую желание жителей сделать свой город и область привлекательными, в том числе и для гостей.

Библиографический список

1. Злотникова, Т. С. География души и география пространства: Чеховская провинция в мировой

культуре [Текст] / Т. С. Злотникова // Регионология. – 1994. – № 1. – С. 111–119.

2. Крылов, А. Н. Особенности формирования имиджа территорий в российской провинции [Текст] / А. Н. Крылов // Сборник статей и материалов участников V Международной научно-практической конференции. Проблемы устойчивого развития городов. Научное издание. – Миасс : ООО Агентство ТЭРРА; Геотур. – Т. 1. – 2008. – С. 224–228.

3. Морозова, Т. А. Медиатизация технологий конструирования имиджа города [Текст] / Т. А. Морозова : дис. ... д-ра филологических наук: 10.01.10. – Краснодар, 2013. – 447 с.

4. Петров, Ю. В. Антропологические основания «аналитического синтеза» в историческом познании [Текст] / Ю. В. Петров // Феникс-2004 : ежегодник кафедры культурологии / редкол. : Н. И. Воронина (отв. ред.) и др. – Саранск : Мордовск. гос. ун-т, 2004. – С. 88.

5. Черемушникова, И. К. Имидж в смысловом пространстве культуры [Текст] : диссертация ... доктора философских наук: 24.00.01.-Теория и история культуры / И. К. Черемушникова. – Волгоград, 2011. – 341 с.

Bibliograficheski spisok

1. Zlotnikova, T. S. Geografiia dushi i geografiia prostranstva: Chekhovskaia provintsiiia v mirovoi kul'ture [Tekst] / T. S. Zlotnikova // Regionologiiia. – 1994. – № 1. – S. 111–119.

2. Krylov, A. N. Osobennosti formirovaniia imidzha territorii v rossiiskoi provintsii [Tekst] / A. N. Krylov // Sbornik statei i materialov uchastnikov V Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii. Problemy ustoichivogo razvitiia gorodov. Nauchnoe izdanie. – Miass : ООО Agentstvo TERRA; Geotur. – Т. 1. – 2008. – S. 224–228.

3. Morozova, T. A. Mediatizatsiia tekhnologii konstruirovaniia imidzha goroda [Tekst] / T. A. Morozova : dis. ... d-ra filologicheskikh nauk: 10.01.10. – Krasnodar, 2013. – 447 s.

4. Petrov, Iu. V. Antropologicheskie osnovaniia «analiticheskogo sinteza» v istoricheskom poznanii [Tekst] / Iu. V. Petrov // Feniks-2004 : ezhegodnik kafedry kul'turologii / redkol. : N. I. Voronina (otv. red.) i dr. – Saransk : Mordovsk. gos. un-t, 2004. – S. 88.

5. Cheremushnikova, I. K. Imidzh v smyslovom prostranstve kul'tury [Tekst] : dissertatsiia ... doktora filosofskikh nauk: 24.00.01.-Teoriia i istoriia kul'tury / I. K. Cheremushnikova. – Volgograd, 2011. – 341 s.