

ТЕМА НОМЕРА

ЭТНИЧНОСТЬ

В ПОЛИКУЛЬТУРНОМ МИРЕ

DOI: 10.19181/vis.2019.31.4.602

Значимые события

в стратегиях регионального брендинга

в Республике Татарстан

Ссылка для цитирования: Макарова Г. И. Значимые события в стратегиях регионального брендинга в Республике Татарстан // Вестник Института социологии. 2019. Том 10. № 4. С. 16–35. DOI: 10.19181/vis.2019.31.4.602

For citation: Makarova, G. I. Significant events as the basis of regional branding strategies in Tatarstan. *Vestnik instituta sotziologii*. 2019. Vol. 10. No. 4. P. 16–35. DOI: 10.19181/vis.2019.31.4.602



**Макарова
Гузель Ильясовна**

Институт истории им. Ш. Марджани
Академии наук Республики Татарстан,
Казань, Россия

makarova_guzel@mail.ru

AuthorID РИНЦ: [374292](#)

Значимые события в стратегиях регионального брендинга в Республике Татарстан

Аннотация. Переориентация регионализма в России в русло экономического и социокультурного соперничества территорий сделала актуальными стратегии их брендинга. Составной частью этих стратегий стало насыщение регионов разного рода социально-политическими, экономическими, спортивными, культурными событиями. В статье анализируются продвигаемые ими смыслы и значения, репрезентирующие одну из наиболее активных в этом плане республик РФ, лидирующую в реализации мегапроектов, – Республику Татарстан. Анализ проводившихся здесь в 2013–19 гг. международных событий показал, что политические смыслы, связанные с утверждением статуса региона в российском государстве, постепенно отходят на второй план, и акцент в них смещается на интеграцию. В то же время начинают артикулироваться идеи передового, динамично развивающегося региона, центра современных технологий, флагмана новаторских российских проектов. Татарстан претендует также на роль посредника в развитии сотрудничества Российской Федерации со странами тюркского и исламского миров. В свою очередь, спортивные мегасобытия представляют его центральный город в качестве спортивной столицы России, что способствует конструированию позитивного имиджа региона в мире и поддержанию интереса к нему со стороны международного сообщества. Производимые культурными мероприятиями смыслы формируют этноконфессиональный образ республики, который выстраивается прежде всего вокруг идей полиэтнического и поликонфессионального региона с особым вниманием к паритету татарской и русской культур, мусульманства и православия. Сохраняется и значимость выдвинутой в 1990-е гг. формулы центра развития татарской культуры, точки притяжения всех татар, сохранения их этнической идентичности, с одной стороны, и артикуляции этнокультурной отличительности территории как основы развития её культурной экономики – с другой. Анализ обнаружил проводимые элитами «стратегии включения» различных социокультурных групп в культурную жизнь столицы республики, а также региональных и городских активистов – в обсуждение и реализацию планов территориального развития.

Ключевые слова: образ региона; политические, спортивные, культурные события, территориальный брендинг; элиты; Татарстан

В последние годы актуализируются вопросы экономической и социокультурной конкуренции между регионами России, постепенно отесняя на второй план утверждение их социально-политического статуса в российском государстве. Каждая территория теперь стремится найти новые формы репрезентации себя в стране и мире. В этой ситуации местные власти начинают использовать так называемые «событийные» стратегии, предполагающие насыщение их пространства разного рода мероприятиями – политическими, экономическими, спортивными, культурными.

Будучи направленными на привлечение инвесторов и туристов, подобные стратегии способствуют развитию инфраструктуры, культурной экономики, эстетизации облика городов и сельских населённых пунктов, активизации их социокультурной жизни (хотя могут порождать и противоречия, связанные, в частности, с наступлением периодов межпроектных спадов вслед за активизацией деятельности в ходе подготовки мероприятий). Одновременно проводимые события становятся важной составляющей конструирования образа территорий «вовне» и «для себя» – то есть того, что нередко обозначается термином «территориальное брендинг».

Предметом анализа в данной статье является то, как в стратегиях развития «вокруг событий» представляется один из регионов России – Республика Татарстан. Какие образы при этом продвигаются, с какими конкретно символами и смыслами они связываются? Как всё это вписывается в политику регионального брендинга и соотносится с процессами общероссийской интеграции?

Изучение опыта Татарстана является значимым, поскольку республика отличается активностью элит и идёт в авангарде многих процессов, в том числе в подготовке и реализации мегапроектов, выступая ориентиром для многих других субъектов в составе РФ.

«Событийные» стратегии как составляющая брендинга территории

В понимании территориального брендинга можно выделить два основных подхода. Сторонники первого, Ф. Котлер [Маркетинг мест 2005] и его последователи – С. Райнисто и др., связывают его с формированием коммодифицированного (коммерциализированного) образа территории, представленного в логотипах. Приверженцы второго видят в нём любые процессы конструирования его позитивного образа (имиджа). Этот подход ведёт начало от С. Анхольта [Anholt 2007] и находит продолжателей среди ряда зарубежных (М. Каваратзиса и Г. Эшворта, С. М. Холла, Д. Рата и др.) и российских учёных (Д. Н. Замятина и Г. Л. Тульчинского, В. К. Мальковой и В. А. Тишкова, О. А. Богатовой и др.).

В данном случае мы будем опираться на широкую трактовку явления, что даст возможность рассматривать обозначенные стратегии «вокруг события» в качестве составляющей территориального брендинга.

В связи с этим мы также будем использовать авторские наработки по изучению содержательных оснований брендинга Татарстана, задаваемых его культурной и, шире, социокультурной политикой [Макарова 2017]. Будут проведены и некоторые параллели с содержанием официальных брендов, принятых здесь в последние годы. Имеются в виду две программы по формированию регионального бренда и айдентики: «Наследие Татарстана» (2014 г.)¹ и «Visit Tatarstan» (2016 г.)².

Отбор событий

При отборе мероприятий³ для анализа мы руководствовались в первую очередь их масштабностью, т. е. отбирали прежде всего события международного и общероссийского уровней, получившие наибольший общественный резонанс. В то же время анализу был подвергнут ряд известных публичных фестивалей, форумов, праздников (прежде всего повторяющихся) регионального, а также локального значения, проводимых в столице республики.

Основная доля исследуемых ивентов пришлась на последние 6–7 лет (2013–19 гг.). Чтобы осмыслить характерное для настоящего периода общее направление изменений, для сравнения было взято и проходившее в 2005 г. 1000-летие Казани. Рассмотрение этого мероприятия важно в связи с тем, что именно оно дало «старт» событийной логике регионального развития. Нельзя было не обратиться и к раскрытию смыслов, обозначенных в готовящихся на 2020 г. торжествах, которые будут посвящены 100-летию ТАССР (Татарской Автономной Социалистической Республики), и по-прежнему значимых для РТ.

В ходе анализа мероприятий мы старались обратить внимание на следующие моменты:

– сфера, с которой они связаны – социально-политическая, экономическая, спортивная, культурная;

– уровень – международный (мегасобытия, объединяющие ряд стран саммиты, форумы и т. д.), всероссийский, межрегиональный, региональный, городской/локальный;

¹ О содержании и айдентике бренда см.: Постановление Кабинета министров Республики Татарстан «О Концепции имиджевого образа (бренда) «Историко-культурное наследие Республики Татарстан» (Бренд «Наследие Татарстана»)» от 19 декабря 2014 г. (№ 1004) // Техэксперт: Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. URL: <http://docs.cntd.ru/document/430573999> (Дата посещения: 15.05.2019).

² Visit Tatarstan // Официальный сайт Центра развития туризма Республики Татарстан. URL: <http://tdc-tatar.ru/about-the-center/the-direction-of-operation/projects-and-programs/visit-tatarstan/> (Дата посещения: 16.05.2019).

³ Отбор производился на основе изучения новостной ленты интернет-изданий «Реальное время» (<https://realnoevremya.ru>) и «Бизнес онлайн» (<https://www.business-gazeta.ru/>), информационных порталов ИнКазан (<http://inkazan.ru>) и «ГородЗовет» (<https://gorodzovet.ru/kazan/>) (Дата посещения: 23.05.2019).

- формы проведения – чемпионат, конкурс, форум, фестиваль, выставка, праздник, школа, квест, флэшмоб и др.;
- организаторы – государственные либо частные структуры, региональные/локальные сообщества и активисты;
- презентуемый образ республики/её столицы, проводимые идеи.

Включённость исследователя в региональные контексты, с одной стороны, выдвинула требование нейтральности и самоконтроля во избежание субъективных («заинтересованных») интерпретаций и оценок. С другой стороны, она дала дополнительные возможности для уточнения ряда продвигаемых с помощью событий смыслов за счёт возможности непосредственного наблюдения за большинством из них.

Исторические поводы и продвигаемые смыслы

В 2005 г. состоялось знаковое для Татарстана событие – празднование 1000-летия столицы республики. Анализ его подготовки и проведения обнаружил переходный характер региональной политики данного периода. С одной стороны, оно отражало стремление местных элит закрепить приобретённый в 1990-е гг. социально-политический и социально-экономический статус республики, и, по справедливому замечанию Л. В. Сагитовой, «оттенить отвоёванные позиции в борьбе за суверенитет (легитимацию этничности, экономическую самостоятельность и выход на международную арену)» [Сагитова 2016: 323]. Этому способствовал как сам повод мероприятия, связанный с давней историей и государственностью татар (Волжской Булгарией и Казанским ханством), так и выбор сроков его проведения – 24–30 августа (напомним, что 30 августа – День принятия Декларации о государственном суверенитете Татарской Советской Социалистической Республики¹, ныне – День республики и День города).

С другой стороны, проходя уже в условиях изменившегося соотношения сил в стране (усиления позиций федерального центра и начала новой централизации власти), данное событие было призвано продемонстрировать включённость региона в социально-политическое пространство России². Этому способствовало уже то, что в получившем поддержку федеральных властей³ торжестве принял участие Президент Российской Федерации В. В. Путин.

¹ Декларация о Государственном суверенитете Татарской Советской Социалистической Республики от 30 августа 1990 г. (№ 334-XII) // Официальный сайт Государственного совета Республики Татарстан. URL: <http://www.gossov.tatarstan.ru/dokument/deklaracia/> (Дата посещения: 06.06.2019).

² Об этом пишет и названный выше автор [Сагитова 2016: 322].

³ Об утверждении программы подготовки к празднованию 1000-летия основания г. Казани. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 3 марта 2001 г. (№ 295-р) // Техэксперт: Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. URL: <http://docs.cntd.ru/document/901782374> (Дата посещения: 06.06.2019).

С обозначенным поводом и контекстами связаны и репрезентировавшиеся событием идеи. Первая из них заключалась в представлении столицы Татарстана как «места памяти» татар, с которым связана их древняя история, как центра сосредоточения татарской культуры и воспроизводства идентичности этнической группы. О значимости данных смыслов свидетельствовала уже сама символика мероприятия. Его эмблема включала элемент традиционного татарского орнамента – тюльпан, контуры башни Сююмбике и безошибочно «прочитываемый» в завитке растительного орнамента символ ислама – полумесяц. Это подтверждают и проходившие в рамках празднеств встречи представителей Всемирного конгресса татар¹.

Одновременно событием продвигалась идея мирного сосуществования в республике представителей различных этнических и конфессиональных групп, равенства татарской и русской культур, православия и ислама. На неё «работало» почти одновременное открытие к юбилею вновь построенной мечети Кул Шариф и отреставрированного Благовещенского Собора в Казанском кремле. Данная идея проводилась и в обращении мэра Казани К. Ш. Исхакова по случаю подготовки торжеств². Вместе с тем артикуляции выхода республики на международный уровень способствовал проходивший в Казани в дни праздника саммит глав государств СНГ, хотя он закреплял и важные интегративные смыслы, поскольку Татарстан выступал в нём как неотъемлемая часть России.

Размышляя о влиянии события на образ столицы республики, нельзя не упомянуть и начатое им обновление облика Казани. В преддверии мероприятия здесь появился ряд новых объектов: ставший достопримечательностью столицы мост «Миллениум» и первый участок Казанского метрополитена, современный международный Ледовый дворец спорта «Татнефть Арена» и конноспортивный комплекс «Казань». Были также реконструированы две центральные улицы города, получившие знаковые названия – Петербургская и Московская, а также Ярморочная площадь – отныне Площадь Тысячелетия.

В настоящий период в республике готовятся отметить ещё одну историческую дату – 100-летие образования ТАССР (2020 г.). О важности этого события для Татарстана говорит уже тот факт, что подготовка торжеств началась ещё в 2015 г., когда Президентом РТ Р. Н. Миннихановым был подписан соответствующий Указ, где подчёркивается «большое историческое и общественно-политическое значение образования Татарской Автономной Советской Социалистической Республики для развития государственности многонационального народа Республики Татарстан»³.

¹ От татарских общин из регионов РФ, стран СНГ и мира собралось 1000 человек.

² 1000-летие Казани // VIP Казань URL: <http://vipkazan.ru/kazan1000/> (Дата посещения: 06.06.2019).

³ О праздновании 100-летия образования Татарской Автономной Советской Социалистической Республики. Указ Президента РТ от 25 сентября 2015 г. № УП-930 // Официальный портал правовой информации Республики Татарстан URL: http://pravo.tatarstan.ru/president/ukaz.htm?npa_id=6799 (Дата посещения: 23.05.2019).

При этом в выстраиваемом вокруг события дискурсе *регион трактуется как неотъемлемая часть страны*, а его история и культура – как неразрывно связанные с историей и культурой советского, а затем российского государства. Так, в разделе «К 100-летию образования Татарской АССР» Единого портала «Официальный Татарстан»¹ находим страницы о роли республики в Победе в Великой отечественной войне, в развитии экономики, науки и культуры СССР в послевоенный период, формировании договорных отношений между Россией и Татарстаном в 1990-е гг. и «политических реалий» 2000-х гг.

В свою очередь, о признании значимости даты для страны в целом свидетельствует выход в свет в 2018 г. Указа Президента РФ В. В. Путина «О праздновании 100-летия образования Республики Татарстан»².

Анализ мероприятий³, вошедших в республиканский план подготовки к юбилею, выявил следующие моменты: 1) *стремление закрепить дату как памятную* в сознании татарстанцев и гостей республики (выпуск памятных монет, юбилейной медали, маркируемого конверта, а также документального и игрового фильмов о создании ТАССР в 1920–30-е гг.); 2) намерение утвердить *образ региона как территории межнационального и межконфессионального согласия* (организация фестивалей «Мозаика культур» и «Наш дом – Татарстан», форума «Многообразие культур – фактор гуманитарной безопасности» и т. д.); 3) сохранение за Татарстаном *имиджа центра развития татарской культуры и притяжения всех татар* (проведение в Казани федерального Сабантуя, международного молодёжного образовательного форума «Салэт» и т. д.)⁴; 4) интенции к дальнейшему утверждению официальной символики республики (арт-фестиваль «Марш барсов»⁵) и к ознакомлению её жителей и гостей с опытом политических деятелей РТ (выставка «Первые лица Татарстана» и др.). Все эти символы и смыслы трактуются как *непротиворечащие включённости Татарстана в общероссийские контексты*, что подтверждает организация в рамках торжеств Дней Республики Татарстан в Москве и в Санкт-Петербурге, выставки, посвящённой 100-летию ТАССР на московской ВДНХ и даже передачи Зеленодольским заводом им. А. М. Горького малых ракетных кораблей Балтийскому флоту.

¹ К 100-летию образования Татарской АССР // Единый портал «Официальный Татарстан» URL: <http://100.tatarstan.ru/rus/istoriya.htm> (Дата посещения: 23.05.2019).

² О праздновании 100-летия образования Республики Татарстан. Указ Президента РФ От 25 апреля 2018 г. № 177 // Информационно-правовой портал Гарант.Ру. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/71831254/> (Дата посещения: 23.05.2019).

³ Об утверждении плана мероприятий по подготовке и празднованию 100-летия образования Татарской Автономной Советской Социалистической Республики. Постановление Кабинета Министров РТ от 28 декабря 2016 г. № 102 // Единый портал «Официальный Татарстан» URL: http://mtsz.tatarstan.ru/rus/100-letie-obrazovaniya-tatarskoy-avtonomnoy.htm?pub_id=1564609 (Дата посещения: 23.05.2019).

⁴ Идея Татарстана как центра инновационного развития также представлена организацией онлайн-панорамы в Kazan-Euro и спортивными мероприятиями с акцентом на национальную специфику (Республиканский фестиваль национальных и неолимпийских видов спорта).

⁵ Барс – животное, изображённое на гербе Татарстана.

Иными словами, социально-политические вопросы не снимаются сегодня с повестки дня, но акценты в их артикуляции переносятся на единство и интеграцию. При этом в условиях постепенного перевода регионализма в стране в русло экономического и культурного соперничества территорий [Макарычев 2009] на первый план выходят иные, неполитические формы их репрезентации.

Новые тренды: экономические и спортивные мегасобытия

Среди проводимых в регионе в последние годы деловых ивентов выделим прежде всего Международный экономический саммит «Россия – Исламский мир: KazanSummit»¹. С 2009 г. он стал платформой для диалога и налаживания партнёрства Российской Федерации с государствами ОИС (Организации исламского сотрудничества). На нём обсуждаются экономические отношения между странами-участниками, возможности реализации совместных проектов и примеры их успешного осуществления, особенности институтов развития исламской финансовой системы, вопросы национальной кибербезопасности и др. Проходивший в апреле 2019 г. Саммит стал одиннадцатым по счёту и собрал представителей 50 стран мира².

Мероприятия, подобные этому, дают возможность Татарстану транслировать в межрегиональное и мировое пространство *образ передового экономически развитого региона России*. При этом, опираясь на историко-культурные особенности территории, власти республики стремятся использовать их в качестве символического ресурса не только при решении значимых для Татарстана вопросов (привлечения инвестиций, налаживания внешних социально-экономических связей и т. д.), но и найти в них точки соприкосновения и деловые контакты, которые могут быть полезными федеральным властям и российскому обществу в целом. В частности, это касается роли *посредника в деловой коммуникации российского государства с мусульманскими странами*.

То же самое можно сказать и о *включённости республики в тюркский мир*. Связанное с этим укрепление дружбы Татарстана с Турцией, а также с Азербайджаном, Казахстаном и некоторыми другими странами, представляется как плодотворное в свете нового экономического сотрудничества Российской Федерации с государствами Ближнего Востока, интеграции в рамках Евразийского экономического союза. Наконец, *имидж места притяжения всех татар* применяется в деле налаживания

¹ В 2012 г. в Казани также состоялся форум АТЭС, в ходе которого были проведены деловые совещания накануне международного саммита АТЭС-2012 во Владивостоке // Лучшим конгресс-холлом Казани оказалась... академия тенниса / Лента Казани: история тысячелетия URL: <http://www.1000kzn.ru/article/ru/9956/67/1/> (Дата посещения: 24.05.2019).

² Официальный сайт «Россия – Исламский мир: KazanSummit 2019». URL: <https://kazansummit.ru/> (Дата посещения: 24.05.2019).

экономических связей с регионами их компактного проживания, чему способствует, в частности, проводимый в РТ с 2000-го г. Всемирный форум «Деловые партнёры Татарстана»¹.

Интересным примером репрезентации территории посредством мегасобытия стал и проходивший в августе 2019 г. чемпионат мира по профессиональному мастерству WorldSkills-Kazan. Он, как и саммит «Россия – Исламский мир»-2019, проводился во вновь отстроенном Международном выставочном центре (МВЦ) «Казань-Экспо». Сам этот факт и сформированная в рамках чемпионата программа² обнаруживают интенции руководства Татарстана к продвижению *образа столицы как передового высокоразвитого центра инновационных решений и деловой активности*.

Нужно заметить, что «Казань-Экспо» выступает составной частью возведения делового квартала СМАРТ-сити Казань, который, вместе с выстроенным в пределах Казанской агломерации наукоградом Иннополис, ориентирован на привлечение в регион резидентов со всего мира. Отсюда *акцент в продвижении этих двух объектов делается на транснациональные смыслы*, которые должны быть понятны инвесторам и профессионалам из разных точек планеты (как и использование мирового опыта в строительстве данных городов-спутников). Всё это вписывается в современные тренды репрезентации подобного рода проектов, как и в общие тенденции развития глобальной культурной экономики [Appadurai 1990; Sassen 2001].

И всё же, демонстрируя включённость территории в глобальные потоки, организаторы WorldSkills-Kazan стремятся найти пути *совмещения универсальных смыслов с элементами культурной самобытности места*. К примеру, талисманом события становятся мальчик Алмаз и девочка Алтын (в переводе с татарского языка – «золото»). Эти популярные у татар имена порождают ассоциации с профессиональными навыками участников соревнования. В оформлении промо-материалов использован геометризованный вариант тюльпана (характерного, как уже отмечалось выше, для традиционного татарского орнамента). В свою очередь, лозунг чемпионата «Будущее своими руками» перекликается с одним из ключевых качеств татарстанцев, выделяемых создателями официального бренда «Наследие Татарстана»: это стремление к постоянному оттачиванию мастерства, к доведению его до совершенства, которое трактуется как одно из оснований модернизации регионального социума.

Тем самым обнаруживаются, во-первых, связи между различными составляющими брендинга территории и, во-вторых, его направленность не только на конструирование позитивного образа региона вовне, но и на мобилизацию регионального социума.

¹ Всемирный форум «Деловые партнёры Татарстана»: в Набережных Челнах ждут Рустама Минниханова // Бизнес Online. 30 ноября 2018 г. URL: <https://www.business-gazeta.ru/news/404415> (Дата посещения: 01.06.2019).

² Она включает «WorldSkills Conference 2019: Skills for Change: Building Blocks for Impact», фокусирующуюся на проблемах кадрового обеспечения современной экономики и развития образовательной экосистемы. Деловая программа // Официальный сайт. WorldSkills Kazan 2019. URL: <https://worldskills2019.com/ru/event/worldskills-conference-2019/> (Дата посещения: 01.06.2019).

Наконец, изучая характеристику события на его официальном сайте, обнаруживаем также самопрезентацию региона как *хорошего организатора и надёжного партнёра, основанную* на наличии опыта организации и проведения «масштабных международных мероприятий»¹.

Важной составляющей конструирования бренда Татарстана выступает в последние годы и продвижение его центрального города как *спортивной столицы страны*. Универсиада-2013 открыла череду проводимых здесь соревнований мирового уровня (Чемпионат мира по водным видам спорта-2015, Кубок конфедераций-2017, Чемпионат мира по футболу-2018 и др.). Это стимулировало активное строительство здесь инновационных сооружений, среди которых: многофункциональный комплекс Казань-арена, Дворец водных видов спорта, Дворец единоборств Ак Барс, Казанская академия тенниса и др.

Культурная программа, сопровождающая каждое из этих событий, призвана была донести до мирового потребителя (в данном случае участника соревнований, болельщика и туриста) определённые социокультурные смыслы, которые связывались в первую очередь с показом *Татарстана как места, безопасного и привлекательного для отдыха, способного предоставить комфортное проживание и разнообразие досуговых практик*. Подобная презентация, в частности, нашла своё отражение в репертуарах культурных учреждений Казани, представивших образцы популярной и «высокой» культуры, традиционного народного и профессионального искусства самых разнообразных жанров.

Включённые в программу Культурной универсиады (КУ) специальные мероприятия² выражали *идеи полиэтничности республики* (татарский, русский и крымскотатарский традиционные праздники, выступления фольклорных коллективов РТ и т. д.). Одновременно в них *нашла выражение и этнокультурная специфика Татарстана* (на это была направлена как театрализованная площадка «Бибарс-сарай» с попыткой «воссоздания» ремесленной слободы ханской Казани, так и проходившая в дни Универсиады на открытом воздухе премьера «татарской» оперы «Ак буре» и др.).

Завершая анализ презентации Татарстана в качестве ведущего спортивного региона страны нельзя не отметить и особое внимание региональных властей к спортивным мероприятиям (авто- и конный спорт, серии проводимых здесь гонок – автомобильных, авиа, конных скачек и бегов. Примечательно, что и сам Президент РТ неоднократно участвовал и побеждал в соревнованиях по ралли- и автокроссу, а гоночная команда «КАМАЗ-Мастер» является неоднократным победителем международного супремарафона «Дакар»). Всё это призвано «работать» на *имидж региона как динамичного, а татарстанцев – как любящих*

¹ Наш бренд // Официальный сайт. WorldSkills Kazan 2019. URL: https://worldskills2019.com/application/files/9615/3926/3292/WSK2019_BrandBook_RUS_v2.6_lowres.pdf (Дата посещения: 01.06.2019).

² В 2013 г. коллективом исследователей с участием автора была проведена серия включённых наблюдений на фестивалях, праздниках, концертах, выставках КУ. Исследование осуществлялось при поддержке РГНФ (№ 13-03-00411 а), рук. А. В. Яцык.

скорость, тех, кому присущи быстрота реакции и принятия решений. Эти национальные черты были выделены наряду с отмеченным выше стремлением к мастерству при формулировании идеального образа жителей региона в «Наследии Татарстана»¹.

Фестивализация пространства и выстраивание этнокультурных образов

Проявлением событийной логики в управлении культурной сферой выступает фестивализация социокультурного пространства территории. О превращении разного рода конкурсов, фестивалей, праздников в ресурс современной экономики и их роли в развитии городских активностей и креативного потенциала жителей пишут Г. Ричардс и Р. Палмер [Richards, Palmer 2010], И. Йомен, М. Робертсон и их соавторы [Yeoman et al. 2004] и др. Рассмотрим эти события с точки зрения формирования важных для брендинга региона образов и смыслов, прежде всего этнокультурных.

Среди продвигающих идею республики как места диалога многих народов и их культур назовём фестивали «Крутушка»² и «Спасская ярмарка»³. Первый ориентирован на популяризацию нематериального культурного наследия, второй – народных художественных промыслов и ремёсел (и тот, и другой привлекают художников и фольклорные коллективы со всей России). Концепт многообразия проводится также серией поддерживаемых на официальном уровне праздников этнических групп республики, издавна проживающих на данной территории. Это: татарский «Сабантуй», русский «Каравон», чувашский «Уяв», удмуртский «Гырон быдтон» и др. Особое внимание республиканскими властями уделяется при этом «Сабантую» и «Каравону», призванным также отразить продвигаемую на региональном уровне формулу паритета татарской и русской культур.

Подобного рода практики вовлечения традиционных культур в стратегии регионального брендинга несомненно несут с собой ряд позитивных моментов, связанных с продвижением выигрышного образа «толерантной территории», а также с солидаризацией самого этнически многообразного населения. В то же время, как показывает мировой опыт, данные практики могут вести и к упрощению, банализации используемых культурных элементов [Kavaratzis, Ashworth 2015],

¹ Постановление Кабинета министров Республики Татарстан «О Концепции имиджевого образа (бренда) «Историко-культурное наследие Республики Татарстан» (Бренд «Наследие Татарстана»)» от 19 декабря 2014 г. (№ 1004) // Техэксперт: Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. URL: <http://docs.cntd.ru/document/430573999> (Дата посещения: 15.05.2019).

² Этнический фестиваль Крутушка // URL: <http://fest.krutushka.ru/> (Дата посещения: 30.05.2019).

³ Всероссийская Спасская ярмарка // URL: <http://xn----7sbaba0ddowocdca6sb.xn--p1ai/> (Дата посещения: 30.05.2019).

к утере их аутентичности [McClinchey 2008]. Не являются исключением и названные здесь события, что, в частности, подтвердили данные экспертных интервью 2016 г.¹.

В неразрывной связи с идеей равноправия татарской и русской культур выступает в Татарстане *выражение равной значимости православия и ислама*. Оно также проводится через ряд символических проектов, ключевым среди которых стал проект поддержки историко-архитектурных комплексов Свияжска и Болгар².

В каждом из них реализуется своя событийная стратегия. Так в Болгаре, позиционируемом как место «официального принятия ислама волжскими болгарами – предками казанских татар»³, помимо связанных с данной темой научных конференций, проводится ежегодный джиен (сход) «Изге Болгар жыены» (Собрание святого Болгара). На него «стекаются» несколько десятков тысяч мусульман из Татарстана и других регионов России и мира. Тем самым сход начинает представлять *республику как важный центр развития ислама в Поволжье и стране в целом*. Но всё же и здесь, как пишут исследователи, в связи с превращением джиена в официальное мероприятие происходит его постепенная формализация и «десакрализация Болгара как святого места для татар» [Габдрахманова, Уразманова 2017: 70].

Свияжск выступает в качестве оплота православия на территории края. В стратегиях его популяризации можно обнаружить *направленность на «актуализацию» в регионе русской и православной культур*. В частности, в последние годы в данном комплексе проводится множество разнообразных мероприятий: театрализованные постановки, связанные с историей острова и его достопримечательностями, театральные эскизы сказок Пушкина⁴ и др. Однако представители интеллигенции высказывают озабоченность в связи с трансформацией данного геокультурного ландшафта из-за его превращения в туристический комплекс.

Продвижение образа Татарстана как центра татарской культуры выражается сегодня в виде двух взаимосвязанных аспектов. Первый касается *сохранения идентичности татар путём закрепления памятных для них дат, воспроизводства значимых традиций и символов, воссоздания исторических сюжетов*. Помимо «Сабантуя», это празднование 130-летнего юбилея Г. Тукая (2016 г.), выставка «Золотая Орда и Причерноморье. Уроки Чингисидской империи» (03.04–06.10.2019), организованная совместно

¹ 30 интервью с экспертами, включёнными в формирование этнокультурной стратегии Татарстана, в разработку его официальных брендов либо осуществляющими свои проекты в этом направлении, были осуществлены при поддержке РГНФ (№ 16-03-00071 а. Рук. Г. И. Макарова).

² Постановление Кабинета министров Республики Татарстан «Об утверждении комплексного проекта «Культурное наследие – остров-град Свияжск и древний Болгар» на 2010–2015 годы» от 9 декабря 2010 г. (№ 1018) // Техэксперт: Электронный фонд правовой и нормативно-технической документации. URL <http://docs.cntd.ru/document/917041437> (Дата посещения: 12.11.2019).

³ О музее // Официальный сайт Болгарского историко-архитектурного музея-заповедника. URL: <https://vbolgar.ru/> (Дата посещения: 31.05.2019).

⁴ Свияжск как «театральная Мекка» // Бизнес Online. 3 августа 2015 г. URL: <https://www.business-gazeta.ru/article/137913> (Дата посещения: 01.06.2019).

с Государственным Эрмитажем, и некоторые другие мероприятия. Второй аспект больше связан с *конструированием внешнего привлекательного образа республики путём артикуляции её этнокультурной уникальности*. Здесь на первый план выходят частные проекты, связанные с развитием сферы туризма и гостеприимства, с новыми культурными индустриями, среди которых сеть национального фастфуда «Тюбетей», Музей чак-чака, творческая мастерская «RUKAMI» и др.

Целый ряд мероприятий, объединяющих эти два направления, проводится в последние годы молодыми татарскими активистами (прежде всего, объединяемыми Всемирным форумом татарской молодёжи). Это школа «Акыл фабрикасы» («Фабрика ума», переросшая в онлайн-проект «Открытый университет»), фестивали «Печән базары (Сенной базар)» и «Jadidfest»; флэшмобы «Мин татарча сөйләшәм! (Я говорю по-татарски!)», связанные с продвижением татарского языка, культуры и «татарских» проектов.

Отметим, что активисты русских национально-культурных обществ при поддержке республиканских и местных властей стремятся насытить культурную жизнь региона связанными с русской культурой мероприятиями. Помимо получившего республиканский статус «Каравона», это также проводимая на различных площадках городов и районов Татарстана «Масленица». В республике, как и по всей стране, проходит ежегодная образовательная акция «Тотальный диктант», День славянской письменности и памяти равноапостольных Кирилла и Мефодия. С православной культурой также связаны фестивали «Духов день в Суконной слободе» и «Троицкие напевы».

Представление Татарстана как *места развития тюркской и исламской культур* отсылает нас прежде всего к культурной специфике этнической группы, давшей название региону. Среди событий, продвигающих первый из этих смыслов (тюркский), выделим прежде всего театральный фестиваль тюркских народов «Науруз». В связи с объявлением Казани (международной организацией ТЮРКСОЙ) культурной столицей тюркского мира в 2014 г., здесь также был проведён VII Болгарский форум, международный симпозиум скульпторов ТЮРКСОЙ, фестиваль «Кожевенное дело в тюркском мире», музыкальный фестиваль «Тюркский мир» и др.

Среди мероприятий, связанных со вторым из названных смыслов (исламским), выделим (помимо уже отмечавшегося выше празднования годовщины принятия ислама Волжской Булгарией) проводимый на республиканском уровне ифтар и Международный фестиваль мусульманского кино. Нельзя не упомянуть и деятельность Музея исламской культуры, открывшегося в РТ в 2006 г., целью которого становится ознакомление посетителей с особенностями ислама в Поволжье, артикулируемого как «толерантный ислам». В республиканском научном дискурсе речь также ведётся о джадидизме, благодаря которому «мусульманский фактор был инкорпорирован в российскую социокультурную среду»¹.

¹ Вступительное слово председателя оргкомитета конференции «Опыт межконфессионального взаимодействия в пространстве исторической памяти» Р. А. Набиева. Конференция прошла в Казани 29 мая 2015 г. (стенограмма автора книги).

Наконец, по сей день распространённой остаётся *формула региона как места пересечения Востока и Запада, Европы и Азии*. В течение последних десятилетий она продвигалась в культурном, научном, политическом дискурсах, а на церемонии открытия Универсиады-2013 была озвучена Президентом FISU К.-Ф. Гальеном. Своё воплощение данная идея находила в инициированном Татарстаном в начале 2000-х гг. проекте «Великий Волжский путь» (при поддержке мэрии Казани), включавшем серию международных конференций на данную тему¹. Она также воплотилась и в проводимом с 1993 г. по настоящий период международном фестивале новой музыки «Европа–Азия». Сегодня подобное позиционирование территории (в частности, артикуляция того, что расположенные в Поволжье древние города выступали в качестве «транзитного центра»² и одного из торговых узлов Великого Шёлкового пути) трактуется местными элитами как одно из оснований для его включения в международные проекты, в частности, в строительство «Экономического пояса Шёлкового пути». В этом плане с их интенциями перекликается проходившая в Казани в 2018 г. выставка «Вдоль Волги и Каспия: наследие Шёлкового пути» из собрания Российского этнографического музея. Она также напомнила, что расположение территории на пересечении Великого Волжского и Великого Шёлкового путей способствовало формированию социокультурной мобильности населения, активности его межкультурных и межконфессиональных контактов.

Ивенты по вопросам территориального брендинга. Политика вовлечения региональных и городских сообществ

Об особом внимании, уделяемом элитами региона *вопросам территориального брендинга*, говорят *специально посвящённые им деловые ивенты*. Наиболее крупным из них стал цикл лекций в рамках образовательного проекта «Made in Kazan». На его главном мероприятии (26.05–27.05.2016) в качестве экспертов выступили ведущие урбанисты мира, специалисты по территориальному продвижению и туристическому маркетингу, внедрению высоких технологий в городское хозяйство Р. Флорида, В. Вучик, Дж. Хилдрю, М. Псаррос, Д. Си Кион, П. Тау и др.³. В рамках события было организовано групповое фокусированное обсуждение собравшимися (предпринимателями, активистами, студентами) вопросов публичного позиционирования столицы республики.

¹ Проект «Великий Волжский путь» – с благословения ЮНЕСКО // Казанские истории. 30 августа 2005 г. URL: <http://history-kazan.ru/v-kurse-sobytij/fakty-i-kommentarii/7163-1001> (Дата посещения: 05.06.2019).

² Информация о международной конференции «Средневековая Казань: возникновение и развитие» // URL: <http://kazadmin.narod.ru/history/1000years/konf.html> (Дата посещения: 06.06.2019).

³ Made In Kazan: Расширяй горизонты 5. 26–27 мая, Казань // URL: <http://madeinkazan.ru/#results> (Дата посещения: 05.06.2019 г.).

Дискуссии с приглашением различных групп заинтересованных лиц (бизнес-экспертов, архитекторов и дизайнеров, учёных, представителей региональных и городских сообществ), различные лекции и школы на темы сохранения наследия, развития городского пространства и т. д. стали здесь в последние годы частыми: семинар-встреча преподавателей вузов и учёных Казани с Министром по делам молодёжи и спорту РТ В. А. Леоновым и Председателем госкомитета РТ по туризму С. Е. Ивановым (18.03.2016); Круглый стол «Национально-культурный облик Казани» (28.04.2016); «Разработка технического задания к концепции устойчивого развития исторического поселения г. Казани» (07.06.2018), ток-шоу «Жизненные стратегии татарстанской молодёжи: где жить и работать?» (25.10.2018), лекция «Городские политики: вокруг чего и как выстраивать диалог, а главное – зачем?» (08.12.2018), проектный семинар о смыслах и ценностях Казани (26.05.2019), лекторий «Школа горожанина» (25.04–11.07.2019) и др.

Поводом для осуществления подобного рода стратегий стали, по-видимому, протестные акции городских активистов 2010–11 гг., связанные с реновацией исторического центра Казани. Организация пеших экскурсий по Татарской слободе для региональных и городских чиновников имела, по замечанию А. В. Яцык, «неожиданно позитивное воздействие на власть» [Яцык 2012]. Как результат, представители городских сообществ получили возможность выступить перед Президентом РТ и правительством республики по проблемам разрушения памятников, а одна из организаторов акции стала помощницей главного лица Татарстана. Сегодня местные элиты стремятся наладить контакты с общественностью, вовлечь представителей бизнеса и «рядовых» жителей республики и её столицы в региональные и городские проекты. Хотя, как показали наблюдения на проводимых мероприятиях, достичь консенсуса всех сторон бывает непросто.

Казань как пространство сосуществования множества культур и субкультур, «среда, доступная для всех»

В завершение анализа охарактеризуем культурные мероприятия, которые проводятся в столице региона и вместе с обозначенными выше формируют его социокультурный образ.

Как *признанный в России центр классического искусства*, Казань презентуют Международный оперный фестиваль им. Шаляпина и Нуриевский фестиваль балета, фестиваль им. С. Рахманинова «Белая сирень» и open-air фестиваль оперы «Казанская осень», биеннале печатной графики и др. В качестве «*джазового*» город представляют: фестиваль на открытом воздухе «Jazz в усадьбе Сандецкого», «Лундстрем-fest-100» (2016 г.), «Джазовая Казань» и проводившаяся здесь, как и в ряде других городов страны, «Усадьба Jazz». Имидж Казани как *центра развития*

современного искусства продвигается в последнее время летними и зимними книжными фестивалями в «Смене», выставками вновь открывшейся в 2018 г. Галереи современного искусства, театральной лабораторией «Город. Арт-подготовка» и др. В различные годы (начиная с 2012 г.) здесь также проходили международные фестивали уличного искусства (стрит-арт), привлекая многих звёзд, работающих в данном направлении.

Среди событий, *отражающих этнокультурную специфику* города, помимо уже упоминавшихся, назовём организуемые местными властями юбилеи татарских и татарстанских писателей, художников, композиторов, городские конкурсы татарской песни, а также проводимые молодыми татарскими активистами и музыкантами форумы и акции («Рэп баттл тегермэн» и др.). В столице РТ также проходят мероприятия, направленные на продвижение ценностей толерантности и возможностей для межкультурного диалога – этнокультурный фестиваль «Наш дом Татарстан», «Уроки дружбы и согласия», организуемые для школьников Домом дружбы народов РТ, и др.

И так, по совокупности событий *Казань позиционируется сегодня как пространство сосуществования множества культур и субкультур*. Она является поликультурным городом не только в смысле полиэтничности и поликонфессиональности, но и в результате представленности в нём помимо традиционной культуры народов, классического и современного искусства – элитарных и массовых жанров и форм, новых культурных практик, связанных с развитием «альтернативного» искусства, с одной стороны, и креативных индустрий, с другой. Перечисленное призвано презентовать *социокультурную среду Казани как «доступную для всех»*, где представители различных сообществ – будь то конфессиональная община или субкультурная группа – могут найти свою нишу и удовлетворить культурные интересы. В свою очередь это перекликается с главным лозунгом второй из названных брендовых программ «Visit Tatarstan», сформулированным как «1001 удовольствие».

В качестве воплощения «стратегии включения» может в некоторой мере трактоваться и День Казани (отмечаемый здесь одновременно с Днём Республики). Будучи изначально связанным с политическими коннотациями, он превратился в масштабный праздник горожан, на котором бывают представлены спортивные состязания, концерты фольклорных и самодельных коллективов, оперная и джазовая музыка, театрализованные постановки, выступления приглашённых и местных рок-групп.

Наконец, в проведении мероприятий сегодня активно задействованы парки и скверы Казани. Став площадкой для реализации событийных стратегий, они явились объектами *благоустройства среды, комфортной для жизни*, поэтому о проекте их реновации нельзя не упомянуть в контексте изучаемой проблематики¹. В этом прослеживается связь с концепцией Р. Флориды относительно мест, удобных для работы и отдыха максимально широкого круга лиц, для жизни и творчества специалистов [Флорида 2014].

¹ В ходе его реализации в Казани был реконструирован 31 объект.

Некоторые выводы. Образ Татарстана в пространстве России и мира

Исследование показало включённость осуществляемых Татарстаном стратегий развития «вокруг события» в процессы формирования позитивного образа региона «вовне» и «для себя». При этом постоянное инициирование местными элитами всё новых проектов позволяет избежать рисков, связанных с реализацией такого рода стратегий.

В настоящий период среди смыслов, репрезентируемых властями РТ с помощью мегасобытий, на первый план выходят связанные с экономическими характеристиками – это передовой экономически развитый регион страны, центр современных технологий и туризма, и пр. Продвигается и имидж главного города республики как спортивной столицы России, места комфортного и безопасного для проживания.

Политические идеи, связанные с укреплением особого статуса республики в российском государстве, в том числе и посредством реализуемых «событийных» стратегий, сегодня почти не обозначаются. В то же время элиты Татарстана стремятся закрепить за собой посреднические функции в ряде направлений международной политики страны, демонстрируя, в том числе и с помощью организуемых здесь мероприятий, включённость республики в мусульманский и тюркский миры, а также историческую связь территории с давними торговыми путями, идущими из Восточной Азии. Все эти смыслы опираются прежде всего на связанную с историей и культурой татар этнокультурную специфику региона.

Посредством фестивалей, конкурсов, праздников обнаруживается многообразие этнокультурных образов. Наиболее последовательно проводится идея мирного сосуществования на данной территории представителей различных народов и конфессий, паритета татарской и русской культур, ислама и православия. Мероприятия, связанные с собственно татарской культурой, оказываются направленными, с одной стороны, на сохранение этнической идентичности татар, с другой – на артикуляцию этнокультурного своеобразия региона как основы для развития в нём культурной экономики как средства для привлечения инвесторов и туристов.

Многообразие проводимых в Казани культурных мероприятий складывается в политику «включения» представителей различных социокультурных групп, каждая из которых может найти то, что ей близко и интересно.

В целом «событийные» стратегии Татарстана отражают общие тенденции в брендинге региона с характерной для него множественностью продвигаемых образов. В зависимости от конкретного контекста и поставленных задач, на первый план здесь выдвигаются и артикулируются то одни, то другие из них. Причём все они трактуются в настоящий период как «вписанные» в социально-политическое, экономическое и социокультурное пространство России.

Библиографический список

Габдрахманова Г. Ф., Уразманова Р. К. 2017. Мусульманский культ святых у татар волго-уральского региона: особенности формирования и трансформации // Этнографическое обозрение. № 2. С. 58–75.

Макарова Г. И. 2017. Этнокультурная политика Республики Татарстан: преемственность и новые тренды // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. № 2. С. 35–42.

Макарычев А. С. 2009. Власть, политика и федерализм в России: уроки «критической теории» // Неприкосновенный запас. № 3. С. 195–206.

Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Ф. Котлер, К. Асплунд, И. Рейн, Д. Хайдер. СПб: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. 384 с.

Сагитова Л. В. 2016. Этничность в архитектуре регионального развития: опыт постсоветского Татарстана // Этносоциология вчера и сегодня / Отв. ред. Л. В. Остапенко и И. А. Субботина. М.: Институт этнологии и антропологии РАН. С. 319–326.

Флорида Р. 2014. Кто твой город? Креативная экономика и выбор места жительства / Пер. Е. Лобкова. М.: Strelka Press. 268 с.

Яцык А. В. 2012. Перформансы в оспариваемых пространствах: стратегии и тактики (случай постсоветской реновации Казани) // XIII апрельская международная научная конференция по проблемам развития экономики и общества. М.: ВШЭ. С. 629–636.

Anholt S. 2007. Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. London: Palgrave Macmillan. 160 p.

Appadurai A. 1990. Disjuncture and difference in the global cultural economy 1990 // Theory, Culture & Society. № 7. P. 295–310.

Kavaratzis M., Ashworth G. J. 2015. Hijacking Culture: The disconnection between place culture and place brands // Town Planning Review. № 86(2). P. 155–176. URL: <https://lra.le.ac.uk/bitstream/2381/36553/2/Kavaratzis%20and%20Ashworth%202015%20TPR%20Pre-publication.pdf> (Дата посещения: 13.01.2019).

McClinchey K. A. 2008. Urban ethnic festivals, neighborhoods, and the multiple realities of marketing place // Journal of travel & tourism marketing. № 25. 3/4. P. 251–264. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10548400802508309> (Дата посещения: 21.01.2019).

Richards G., Palmer R. 2010. Eventful cities: cultural management and urban revitalization. Oxford: Butterworth-Heinemann. URL: <https://www.sciencedirect.com/book/9780750669870/eventful-cities> (Дата посещения: 5.02.2019).

Sassen S. 2001. The Global City: New York, London, Tokyo. Princeton: Princeton University Press. 480 p. // URL: https://books.google.kz/books?id=Mv10t_pB1nwC&printsec=frontcover&hl=ru#v=one-page&q&f=false (Дата посещения: 3.03.2019).

Yeoman I., Robertson M., Ali-Knight J., Drummond S., McMahon-Beattie U. 2004. Festival and events management. An international arts and culture perspective. Burlington, MA: Elsevier Butterworth Heinemann. 418 p. // URL: <https://b-ok.org/book/931552/091bac> (Дата посещения: 23.02.2019).

Статья поступила: 30.06.2019

DOI: 10.19181/vis.2019.31.4.602

Significant Events As the Basis of Regional Branding Strategies in Tatarstan

Guzel I. Makarova

Marjani Institute of History Academy of Sciences of the Republic of Tatarstan, Kazan, Russia

E-mail: makarova_guzel@mail.ru

ORCID ID: 0000-0002-3912-0961

For citation: Makarova, G. I. Significant events as the basis of regional branding strategies in Tatarstan. *Vestnik instituta sotziologii*. 2019. Vol. 10. No. 4. P. 16–35. DOI: 10.19181/vis.2019.31.4.602

Abstract. The reorienting of Russian regionalism towards economic and socio-cultural competition between territories has made it relevant for them to have branding strategies. Saturating regions with various socio-political, economic, sporting and cultural events has become a key component of these strategies. This article analyzes the senses and meanings which they promote, representing one of Russia's most active republics in this regard, the leading region in terms of implementing large-scale projects – the Republic of Tatarstan. Analysis of the international events held in this region from 2013 to 2019 revealed that the political senses which serve to establish the region's status within the Russian nation are gradually fading into the background, with emphasis shifting towards integration. At the same time ideas are starting to emerge of the republic being an advanced, rapidly developing region, a center for modern technology and a Russian leader in terms of implementing innovative projects. Tatarstan also claims to be an intermediary in establishing partnership between the Russian Federation and nations of the Turkic and Islamic worlds. In turn, large-scale sporting events present the republic's central city as Russia's sporting capital, which facilitates the creation of a positive image for this region around the world while sustaining the international community's interest. The senses produced by local cultural events help in building an ethno-confessional image for the republic, which is primarily built around the notion of a poly-ethnic and poly-confessional region which especially emphasizes parity of Tatar and Russian culture, Islam and Orthodoxy. The "center for the development of Tatar culture" formula, put forward in the 1990's, also remains valid, with the region being a point towards which all Tatars gravitate, which allows for preserving their ethnic identity on the one hand, and articulating the region's ethno-cultural distinctiveness – it being the foundation for developing its cultural economy – on the other. Analysis revealed that the elites conduct "strategies of inclusion" of various socio-cultural groups into the republican capital's cultural life, as well as regional and urban activists into discussing and implementing plans for territorial development.

Keywords: image of the region, political, sports, cultural events, territory branding; elites; Tatarstan.

References

Anholt S. Competitive Identity. The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. London: Palgrave Macmillan, 2007: 160.

Appadurai A. Disjuncture and difference in the global cultural economy. *Theory, Culture & Society*, 1990: 7: 295–310.

Florida R. Who's Your City? How the Creative Economy Is Making Where to Live the Most Important Decision of Your Life? Moscow: Strelka Press, 2014: 268 (in Russ.).

Gabdrahmanova G. F., Urazmanova R. K. The Muslim Cult of Saints among the Tatar of the Volga-Ural Region: Specificities of Formation and Transformation. *Ethnographicheskoe Obozrenie* = *Etnographic Review*, 2017; 2: 58–75 (in Russ.).

Kavaratzis M., Ashworth G.J. Hijacking Culture: The disconnection between place culture and place brands. *Town Planning Review*, 2015; 86 (2): 155–176. Available at: <https://lra.le.ac.uk/bitstream/2381/36553/2/Kavaratzis%20and%20Ashworth%202015%20TPR%20Pre-publication.pdf> [accessed: 13.01.2019].

Makarova G. I. Ethno-cultural policy of the Republic of Tatarstan: continuity and new trends. *Labirint. Zhurnal social'no-gumanitarnyh issledovanij* = *Labyrinth. Journal of Philosophy and Social Sciences*, 2017; 2: 35–42 (in Russ.).

Makarychev A. S. Power, politics and federalism in Russia: lessons of “critical theory”. *Neprikosnovenny zasap* = *NZ*, 2009; 3: 195–206 (In Russ.).

Marketing Places. Europe: How to attract investments, industries, residents and visitors to cities, communities, regions and nations in Europe. Saint-Petersburg: SSE publ., 2005: 384 (In Russ.).

McClinchey K. A. Urban ethnic festivals, neighborhoods, and the multiple realities of marketing place. *Journal of travel & tourism marketing*, 2008; 25 (3/4): 251–264. Available at: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10548400802508309> [accessed: 21.01.2019].

Richards G., Palmer R. Eventful cities: cultural management and urban revitalization. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2010.

Sagitova L.V. Ethnicity in the architecture of regional development: the experience of post-Soviet Tatarstan. In: *Etnosociologija vchera i segodnja* = *Ethnic-sociology Yesterday and Today*. Moscow, IEA RAS publ., 2016: 319–326 (In Russ.).

Sassen S. *The Global City*: New York, London, Tokyo. Princeton: Princeton University Press, 2001: 480.

Yatsyk A. V. Performances in contested spaces: strategies and tactics (the case of the post-Soviet renovation of Kazan). In: *XIII April HSE Conference Papers*. Moscow: SU-HSE publ., 2012: 629–636 (In Russ.).

Yeoman I., Robertson M., Ali-Knight J., Drummond S., McMahon-Beattie U. *Festival and events management. An international arts and culture perspective*. Burlington, MA: Elsevier Butterworth Heinemann, 2004: 418. Available at: <https://b-ok.org/book/931552/091bac> [accessed: 23.02.2019].

The article was submitted on: June 30.2019