

Республика Адыгея и Кабардино-Балкарская республика: историко-культурное наследие в брендах и имиджах регионов

Источниками для формирования бренда региона являются традиционные компоненты: ценности, элементы историко-культурного наследия, отражающие укорененность и уникальность регионального сообщества. Немаловажным в наборе компонентов бренда региона является инновационный. Это новые туристические и инфраструктурные объекты, связанные с отдыхом, спортом, оздоровлением, гастрономией и пр. В политике идентичности правомерно исследовать потенциал единства обоих наборов компонентов и выявить, какое сочетание аутентичности, традиционности, с одной стороны, и ценности развития, с другой стороны, будет являться наиболее эффективным.

В рамках данного раздела рассматривается место историко-культурного наследия в таких северокавказских регионах, как Адыгея и Кабардино-Балкария, что требует сравнительного изучения, которое позволит определить общее и особенное в подходах к формированию и текущему состоянию брендов и имиджей регионов.

Исследование имиджа и брендинга двух республик, в том числе в контексте идентичности, осуществляется на основе анализа данных массового социологического опроса ($n = 464$ в Адыгее, $n = 455$ в Кабардино-Балкарии), и опроса экспертов – «исследователей» и «практиков» (нестандартизированные интервью с экспертами, $n = 17$), проведенных в двух республиках в октябре 2023 г., на материалах различных всероссийских площадок – выставок, конкурсов, где регионы так или иначе себя презентуют, а также на основе изучения историко-культурного ландшафта регионов.

Общее историко-культурное наследие двух регионов

В историко-культурном наследии Адыгеи и Кабардино-Балкарии отчетливо проявляются общие составляющие¹. Общее историческое прошлое, наличие

¹ Данная тема подробно раскрывается в статье: Киреева И.В. [и др.] Брендинг регионов и его потенциал в укреплении российской национальной идентичности (кейсы Адыгеи, Кабардино-Балкарии и Дагестана) // Регионоведение. 2024. Т. 32, № 2. С. 368-387.

единого этнического компонента в структуре населения Республики Адыгея и Кабардино-Балкарской республики схожим образом репрезентируется в имиджах исследуемых регионов и рассматривается как значимый символический капитал. Отметим, что общие элементы историко-культурного наследия присущи и еще одной республике – Карачаево-Черкесии, однако данное исследование сосредоточено на Адыгее и Кабардино-Балкарии. Рассмотрим те общие элементы историко-культурного наследия, которые предопределены ходом исторического развития двух республик.

Во-первых, Нартский эпос – мифологический героический эпос, встраивающийся в традиционную идентичность адыгов. Герои Нартского эпоса широко вошли в современную жизнь в виде различных онимов – Нарт, Сэтэнай, Сосруко, Ашемез, Акуанда. Такие имена дают детям, а также называют кафе, рестораны и спортивные комплексы. Обилие адыгских топонимов в Краснодарском крае, граничащем с Адыгеей, – фактор естественного пробуждения интереса к адыгскому прошлому этих мест в привязке к региону, который не в полной мере используется в процессе конструирования брендов Адыгеи и Кабардино-Балкарии.

Во-вторых, «Адыгэ хабзэ» – общий культурный компонент адыгов (черкесов) как Адыгеи, так и Кабардино-Балкарии, кодекс чести, свод правил этикетного характера, обрядов, традиций, общественных институтов, норм обычного права, духовных, этических и моральных ценностей адыгов. Этический свод является настолько универсальным и самодостаточным, что серьезно конкурировал с религиозными нормами и правилами¹.

В-третьих, феноменом не только северокавказского, но и российского и европейского историко-культурного наследия является воинское искусство черкесов. Всемирную известность и признание получила черкесская военная культура – джигитовка, клинковый бой, воинский костюм (черкеска), мастерство оружейников, храбрость воинов².

¹ Подробнее об этом см.: Ханаху Р.А. Адыгская этика (адыгагъэ) и этикет (адыгэ хабзэ) // Адыгская (черкесская) философия и культура: энциклопедическое издание. Майкоп, 2022. С. 46-73.

² Подробнее об этом см.: Остахов А.А. Военная культура адыгов (кабардинцев, адыгейцев, черкесов): наследие прошлого в реалиях настоящего // Вестник Южного научного центра РАН. 2013. Том. 9, № 2. С. 85-89.

В-четвертых, несомненно объединяющим регионы пластом является память о Кавказской войне, в том числе на уровне символических событий и коммеморативных практик, проводимых в республиках. Например, День памяти и скорби по жертвам Кавказской войны, который отмечают адыги 21 мая, как дань памяти миллионам предков, погибшим в Кавказской войне или принудительно переселенным после ее окончания.

В-пятых, вследствие Кавказской войны сформировался еще один не совсем привычный пример историко-культурного наследия регионов – современное черкесское зарубежье. По разным подсчетам, оно насчитывает до 4 млн. представителей. Адыгская диаспора многократно превышает количество адыгов (черкесов), проживающих в России в трех адыгских республиках, и являет собой пример взаимодействия этнической диаспоры и этнического ядра как способа взаимного стимулирования к сохранению языка и культуры.

Таким образом, богатое историко-культурное наследие территорий Адыгеи и Кабардино-Балкарии, комплекса уникальных археологических памятников, а также национальные традиции и особенности бытового уклада и хозяйственной деятельности, составляют огромный потенциал брендинга этих территорий.

Общее историческое прошлое, наличие единого этнического компонента в структуре населения Республики Адыгея и Кабардино-Балкарской республики схожим образом репрезентируется в имиджах исследуемых регионов и рассматриваются как значимый символический капитал. Это становится одним из значимых инструментов политики региональной идентичности в республиках.

Кейсы республик

Республика Адыгея расположена на юго-западе России и простирается от кубанских степей до Главного хребта Большого Кавказа. Это единственный субъект России, расположенный внутри другого – республика является анклавом Краснодарского края и входит в состав ЮФО. В настоящее время в республике проживает 500591 человек¹. Этническая структура населения представлена

¹ Оценка численности постоянного населения на 1 января 2024 г. и в среднем за 2023 г. и компоненты ее изменения // Росстат. URL: https://23.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/1.8.1_01.01.2024%D0%B3_RA.xlsx (дата обращения: 29.05.2024).

русскими (58%), адыгами (25,20%) и иными (более 100) национальностями. При этом регион характеризуется социокультурным разнообразием, стабильной политической ситуацией и спокойным характером межэтнических отношений. В настоящее время Адыгея – аграрно-индустриальный регион, обладающий большим потенциалом для развития туризма. В 2023 году она вошла в ТОП-3 лидеров по экологическому благополучию, в ТОП-5 направлений приключенческого туризма, в ТОП-10 самых красивых мест для осеннего отдыха, в ТОП-10 регионов с качественными дорогами, в ТОП-10 регионов по реализации федерального проекта «Формирование современной городской среды», в ТОП-50 регионов по привлекательности развития и инвестиций в санаторно-курортную отрасль. Такие позиции в общенациональных рейтингах очевидным образом включают брендинговую политику в число ресурсов, необходимых для устойчивого развития региона.

По мнению 48,9% респондентов, уникальность Адыгеи состоит в особых условиях комфортного проживания, сохранении этнических традиций (42,7%), отсутствии межнациональных конфликтов и добрососедских отношениях (31,3%). Выделены такие позиции, как дружелюбие и открытость людей (29,7%), развитие туризма (27,2%), безопасность жителей (26,5%), стремление к сохранению уникальной природы (23,1%), здоровый образ жизни и развитие спорта (20,7%).

Будущее своей республики респонденты связывают, в первую очередь, с комфортностью проживания (35,4%). Адыгею как центр туризма с сильной экономикой, привлечением инвестиций и притоком туристов, работников из других регионов и стран видят 28,1% респондентов.

В образ республики, ее узнаваемость включены различные региональные бренды. В таблице 1 представлены ТОП-10 региональных брендов, которые в наибольшей степени отражают уникальный образ республики.

Таблица 1. Региональные бренды Адыгеи (доля, %)

Сыр адыгейский	81,0
----------------	------

Плато Лагонаки	75,8
Ансамбль народного танца Адыгеи «Нальмэс»	71,3
Адыгейская соль	70,4
Фестиваль адыгейского сыра	68,0
Адыгейский государственный университет	63,0
Национальный музей Республики Адыгея	58,0
Майкопская вода	56,0
Исхак Машбаш	56,0
Пивоваренный завод «Майкопский»	52,1

Респондентам также задан был открытый вопрос: «О чем Вы прежде всего вспоминаете, когда думаете о Вашей республике?». Самые популярные ответы: природа, горы, Лагонаки, туризм, культура и традиции, сыр адыгейский.

Для изучения историко-культурного наследия региона представляется вполне оправданным выделить имеющие потенциал интеграции в региональный бренд элементы, опираясь на классификацию, предложенную Ю.Г. Чернышовым¹. Это официальные бренды и географические/природные/рекреационные, отнесенные к неофициальным брендам. Доказательством узнаваемости и популярности гор Адыгеи является то, что в честь легендарной горы Фишт назван олимпийский стадион в Сочи, а плато Лагонаки внесено в «ТОП-1000 культурных и туристических брендов России». Исторические памятники: к примеру, Майкопский курган – ровесник египетских пирамид, относящийся к III тыс. до н.э., был раскопан в 1897 году. Другой пример – Южная ветка Великого Шелкового пути, проходившего по территории нынешней Адыгеи, насыщена археологическими памятниками. Большой исторический интерес представляет и Хаджожская группа дольменов, которая включает около 150 мегалитов.

Следует подчеркнуть, что в «ТОП-1000 культурных и туристических брендов России» и национальную карту локальных культурных брендов России «Живое наследие» внесены 14 брендов Адыгеи: в категории «сооружения» –

¹ Чернышов Ю.Г. Имидж региона и региональная идентичность (на примере Алтайского края) // Вестник Пермского университета. Политология. 2011. № 5. С. 105-112.

дольмены Адыгеи; в категории «традиции и промыслы» – черкеска, золотое шитье адыгов, адыгское седло, адыгские танцы, черкесская шашка, адыгское златокузнечество, шичепшин – адыгская скрипка; в категории «природа» – Лагонаки, Западный Кавказ; в категории «гастрономия» – адыгейский сыр, халюжи; в категории «персоны» – Тембот Керашев¹.

По мнению экспертов, *«каждый регион должен быть предметом для гордости. То есть, у каждого должно быть что-то самое выдающееся. Но, в любом случае, каждый регион должен понимать, чем он очень выгодно отличается от всех остальных, и ассоциировать себя с этим»*. Жители Адыгеи гордятся, в первую очередь, природой, ее красотой, людьми. Регион видят развивающимся и процветающим, отмечают хорошую инфраструктуру (конкретно - город Майкоп), такие позитивные качества, как дружелюбие, открытость, воспитанность людей. Важное место отводится культуре; прежде всего, гордятся традициями (гостеприимство, уважение к старшим, этический кодекс адыгэ хабзэ).

При этом эксперты отмечают важную особенность: *«извне Адыгея все равно ассоциируется с адыгейским сыром, а потом уже гостеприимность, светлые люди и культура. Наверное, это из-за того, что последние 5-10 лет Адыгея действительно сделала большой скачок в сфере туризма, это как раз продвижение адыгейского сыра и Фестиваль сыра, и то, что блогеров затаскивают, тоже определенным образом повлияло»*.

Обобщая данные массового и экспертного опросов, отметим, что целостного сложившегося бренда Республики Адыгея еще нет. Однако абсолютно очевидны источники его формирования – это те представления жителей об уникальности региона, те маркеры, по которым жители идентифицируют себя с республикой.

Кабардино-Балкарская республика расположена на северных склонах центральной части Большого Кавказа. Население республики составляет 903300

¹ Достопримечательности Адыгеи: природа, традиции, промыслы // Живое наследие. URL: <https://livingheritage.ru/region/respublika-adygeya> (дата обращения: 29.05.2024).

человек¹. В регионе кабардинцы (55,6%), русские (19,3 %) и балкарцы (13,4 %) составляют более 90% населения. В сфере экономики развиваются производство продуктов питания, туризм и курортная индустрия, производство строительных материалов и машиностроение.

Респонденты наиболее остро ощущают невысокий уровень жизни и дохода населения (61,3%). Подтверждают эту оценку и данные агентства РИА Рейтинг: по среднедушевым доходам населения за второй квартал 2023 г. Кабардино-Балкария находится на 73 месте из 85². В числе проблем региона респонденты называют: влияние родственных связей, кланов на экономику и политику (41,1%), отсутствие перспектив для молодежи (48,7%), безработица (35,3%), коррупция, бюрократизм (29,7%).

По мнению респондентов Кабардино-Балкарии, в большей степени республику отличают от других регионов следующие характеристики: комфортная для проживания территория (48,4%); сохранение этнических традиций (47,2%); дружелюбие и открытость людей (35,5%); развитие туризма (28,1%); отсутствие межнациональных конфликтов и добрососедские отношения (25,3%).

Общественное мнение по поводу образа республики в будущем разделилось на тех, кто видит его как комфортный, экологичный регион (33,5%), центр туризма, экономически развитый (30,3%), безопасный (18,7%) и регион, где сохраняются этнический традиции (11,6%).

По данным Роспатента, в Кабардино-Балкарии зарегистрировано всего два бренда – минеральная вода «Хабаз» и «Малка»³. Однако, в регионе развиваются и другие бренды. В таблице 2 представлены ТОП-10 региональных брендов Кабардино-Балкарии, которые, по мнению респондентов, отражают уникальный образ республики.

¹ Кабардино-Балкария в цифрах (2023): краткий статистический сборник // Электронная библиотека Молодежь сотрудничества. URL: <https://youthlib.mirea.ru/ru/reader/3959> (дата обращения: 29.05.2024).

² Рейтинг регионов по доходам населения – 2023 // РИА Рейтинг. URL: <https://riarating.ru/infografika/20231016/630251260.html?ysclid=lr315m9u69680972137> (дата обращения: 29.05.2024).

³ Субъекты Российской Федерации, для региональных товаров которых зарегистрированы географические указания (ГУ) и наименования мест происхождения товаров (НМПТ) // Роспатент. URL: <https://rospatent.gov.ru/ru/sourses/regional-brands/regional-brands-map> (дата обращения: 29.05.2024).

Эльбрус	Доля, %
Голубые озера	79,4
Долина нарзанов	74,5
Верхняя Балкария	74,3
Балкарские хычины	73,3
Джилы-Су	72,1
Чегет	71,5
Чегемское ущелье	70,7
Кайсын Кулиев	68,9
Ресторан «Сосруко»	58,2

Следует подчеркнуть, что Эльбрус, Голубые озера, Чегемское ущелье, хычины стали лидерами в списке брендов-победителей конкурса «ТОП-1000 культурных и туристических брендов России»¹.

На открытый вопрос «О чем Вы прежде всего вспоминаете, когда думаете о Вашей республике?» чаще всего фиксировались ответы: природа (горы, Эльбрус), дом, семья, родные, вкусная еда, хычины, традиции и обычаи, а также дружелюбие. Респонденты испытывают чувство гордости природой, историей, культурой, миром и спокойствием в республике, человечностью, дружелюбием жителей Кабардино-Балкарии.

Эксперты отмечают, что «Эльбрус – важнейший компонент, который позволяет повысить узнаваемость республики!», «Есть сейчас попытки продвигнуть тему команды «5642» и все, что связано с Эльбрусом, но это попытки федерального института в лице корпорации развития Кавказа и в меньшей степени – работа самого региона».

В целом можно говорить о Кабардино-Балкарии как о регионе, еще не сформировавшем собственный бренд, однако имеющем значимый еще с советских времен туристический потенциал, находящийся в ситуации необходимости его конструирования. Идеи, способные лечь в основу бренда республики, исходят от

¹ Список победителей конкурса «ТОП-1000 культурных и туристических брендов России» // Живое наследие. URL: https://livingheritage.ru/files/Список_победителей_конкурса_ТОП_1000.pdf?ysclid=lr4pu2essu738851300 (дата обращения: 29.05.2024).

самих жителей. Как и в Адыгее, устойчивы характеристики комфортности региона, особое внимание уделено этническим традициям, значительно преобладают представления о природной уникальности республики. При этом велика значимость религиозного фактора, его консолидирующей роли на уровне региона, хотя он в Кабардино-Балкарии и уступает этническим формам солидаризации.

Важным условием и ресурсом брендинга регионов является позитивная и устойчивая региональная идентичность, которая влияет на привлекательность республик. Сравнительный анализ кейсов позволил определить как специфические, так и общие основания конструирования брендов Адыгеи и Кабардино-Балкарии в контексте политики идентичности в северокавказском регионе. Эти основания могут быть верифицированы через комплекс связанных показателей: маркеры региональной идентичности, уникальные региональные бренды и портфель идентичностей.

В Адыгее исследование маркеров региональной идентичности показывает сильные позиции такого индикатора как символические события – «праздники», которые основаны на этнических традициях (в т.ч., например, Фестиваль адыгейского сыра). Это объясняется ситуацией удовлетворенности состоянием основных сфер жизни, комфортности проживания в республике. Анализ существующих в республике региональных брендов показывает уклон в сторону традиций национальной кухни. Например, адыгейский сыр – самый узнаваемый региональный бренд Адыгеи. В этом продукте и его бренде заложены следующие идеи: вкусно, полезно, быстро в приготовлении, имеет этнический колорит, традиционный продукт, натуральный, популярный во всей стране. На наш взгляд, какие-то из этих идей должны быть учтены и капитализированы в бренде республики.

В Кабардино-Балкарии анализ маркеров региональной идентичности показывает преобладающее значение такого индикатора, как «родная земля, территория и природа». В конструировании бренда региона данный индикатор может быть выражен через такой яркий природный объект, как Эльбрус, являющийся

важнейшим для региона символическим ресурсом, усиленным естественной уникальностью и поэтическим бэкграундом. Представляется, что потенциал Эльбруса на сегодняшний день недостаточно использован в брендинге региона. При конструировании бренда региона необходимо учитывать значимость и вес того или иного уровня идентичности. Для Кабардино-Балкарии такими являются этнический, религиозный и поколенческий. Такое соотношение наиболее популярных идентичностей позволяет говорить об этно-религиозной составляющей и традиционных смыслах, важных для жителей и способных высветить основной образ-идею региона.

Сведения об авторах

Жаде Зуриет Анзауровна, доктор политических наук, профессор, заведующий кафедрой теории и истории государства и права, конституционного строительства и политологии, заведующий лабораторией этнокультурных проблем ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет».

Куква Елена Сергеевна, кандидат социологических наук, доцент, доцент кафедры философии и социологии ФГБОУ ВО «Адыгейский государственный университет».

The Republic of Adygea and the Kabardino-Balkarian Republic: Historical and Cultural Heritage in the Brands and Images of the Regions

Ключевые слова. Имидж региона, бренд региона, брендинг, историко-культурное наследие, идентичность, Республика Адыгея, Кабардино-Балкарская республика, адыги (черкесы).

Аннотация. Имиджи северокавказских регионов, определение в них места историко-культурного наследия требуют сравнительного изучения, которое позволит определить общее и особенное в подходах к их формированию и текущему состоянию. В разделе строится гипотеза о том, что общее историческое прошлое, наличие единого этнического компонента в структуре населения Республики Адыгея и Кабардино-Балкарской республики схожим образом репрезентируются в имиджах исследуемых регионов и рассматриваются как значимый символический капитал. Особенности же, напротив, позволяют выделить то уникальное, на что регионами делается ставка при формировании имиджа и в процессе брендинга республик. Уникальность республик, ее осознание и репрезентация базируются на характерных для каждого из регионов неповторимых историко-культурных феноменах. Это становится одним их значимых инструментов политики региональной идентичности. Исследование имиджа и бренда республик, в том числе в контексте идентичности, осуществляется на основе анализа данных массового социологического опроса и экспертного опроса, проведенных в двух республиках в октябре 2023 г., на материалах различных всероссийских площадок – выставок, конкурсов, где регионы так или иначе себя презентуют, а также изучения историко-культурного ландшафта регионов.

About the authors

Zhade Z.A., Dr. Sci. (Politics), Professor, Head of the Department of Theory and History of State and Law, Constitutional Construction and Political Science, Head of the Laboratory of Ethnocultural Problems, Adyghe State University.

Kukva E.S., Cand. Sci. (Sociology), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Philosophy and Sociology, Adyghe State University.

Key words. Image of the region, brand of the region, branding, historical and cultural heritage, identity, Republic of Adygea, Kabardino-Balkarian Republic, Circassians.

Summary. The images of the North Caucasus regions, the determination of the place of historical and cultural heritage in them require a comparative study, which will allow us to determine the general and special in approaches to their formation and current state. The section builds a hypothesis that the common historical past, the presence of a single ethnic component in the structure of the population of the Republic of Adygea and the Kabardino-Balkarian Republic are similarly represented in the images of the studied regions and are considered as significant symbolic capital. Features, on the contrary, make it possible to highlight the unique things that regions rely on when forming an image and in the process of branding the republics. The uniqueness of the republics, its awareness and representation is based on the unique historical and cultural phenomena characteristic of each region. This becomes one of the most significant instruments of regional identity policy. The study of the image and brand of the republics, including in the context of identity, is carried out based on the analysis of data from a mass sociological survey and an expert survey conducted in two republics in October 2023, using materials from various all-Russian platforms – exhibitions, competitions where regions present themselves in one way or another, as well as studying the historical and cultural landscape of the regions.