

А.А. Иудин, А.П. Чугунов

## ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ТЕРРИТОРИИ НАВАШИНО НА ОСНОВЕ АРХЕТИПОВ

В июне 2011 г. Нижегородский институт экономического развития (НИЭР) осуществил комплексный анализ социально-экономической ситуации в городе Навашино и Навашинском районе. Этот анализ предшествовал разработке концепции программы социально-экономического развития территории. В рамках этого комплексного анализа было осуществлено измерение архетипов города Навашино с использованием экспертных оценок на основе авторской методики НИСОЦ. В исследовании по измерению пространства архетипов приняли участие двадцать экспертов, активно включенных в процессы позиционирования города – работники администрации, представители общественных организаций, руководители учреждений образования и культуры района.

Используемая методика основана на том обстоятельстве, что в процессе создания бренда на основе архетипа в центре внимания оказывается вопрос о том, какая идея должна быть заложена в создаваемый бренд, какой образ нужно формировать, какую потребность он должен удовлетворять? Важно понять – что именно предлагается потребителю – актуальному или потенциальному жителю, туристу, инвестору.

Работа по созданию концепции бренда города Навашино нуждается в тщательном анализе сильных и слабых сторон территории, благоприятных аспектах рыночной ситуации и угрозах со стороны городов-конкурентов, перспективах развития рынка территорий. Данная работа ставила своей целью выявление базового архетипа и его основных специфических черт.

### 1. Определение архетипа города Навашино

Измерение пространства архетипов осуществлялось на основе тестов, выра-

женных в виде тезисов, отражающих различные аспекты всех архетипов. Каждый эксперт осуществил по 216 оценок, в том числе он оценил соответствие бренду города 96 качеств, выраженных одним словом-понятием и 120 развернутых тезисов (по 8 качеств и по 10 тезисов на каждый архетип). Задача эксперта заключалась в том, чтобы определить соответствуют ли бренду города или противоречат ему указанные качества и тезисы.

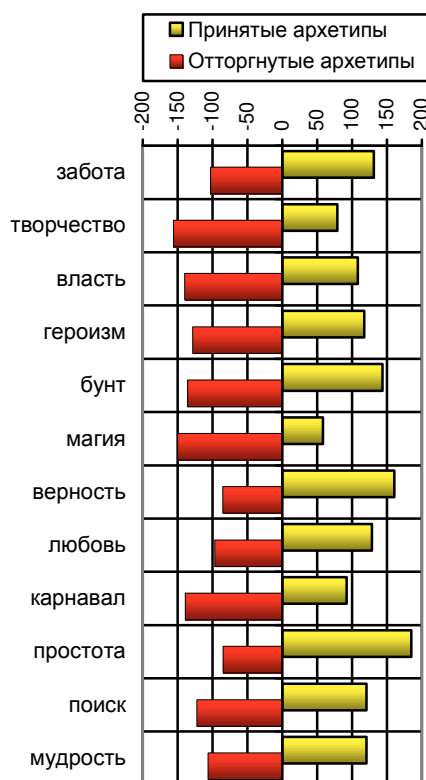


Рис. 1. Нормированная доля принятых и отторгнутых тезисов по архетипам

В большинстве случаев в оценках экспертов чаще всего присутствует позитивный подход – они чаще соглашались с тем, что конкретный тезис совпадает с их восприятием облика оцениваемого объ-

екта, чем отторгали их. Но в данном случае эксперты чаще отторгали тезисы, чем соглашались с ними. Поэтому простая сумма принятых и отвергнутых тезисов показывает: эксперты считают соответствующими бренду только два архетипа – Простота и Верность (рис. 1 – 3).

Для того чтобы выделить принятые архетипы, необходимо осуществить нормирование, когда соблюдается баланс

положительных и отрицательных оценок. При этом вес положительных оценок повышается, а отрицательных понижается у экспертов, которые предпочитали давать преимущественно отрицательные оценки. И, наоборот, для экспертов, дающих преимущественно положительные оценки: у них повышается значение отрицательных оценок и понижается значение (вес) положительных.

		Ось стадий		
		Подготовка: Архетипы семьи	Путь: Архетипы превращений и изменений	Возвращение: Архетипы королевского двора
Оси мотиваций	Стабильность и контроль	Забота	Творчество	Власть
	Изменения Риск и мастерство	Героизм	Бунт	Магия
	Принадлежность и обладание	Верность	Любовь	Карнавал
	Независимость и самореализация	Простота	Поиск	Мудрость

Рис. 2. Принятые и отвергнутые архетипы

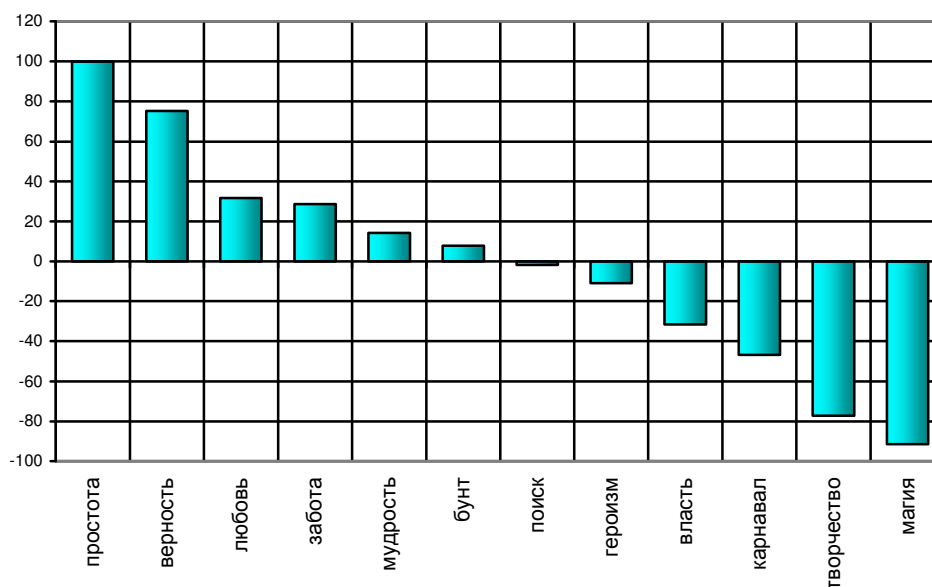


Рис. 3. Иерархия принятых и отторгнутых тезисов по архетипам

В совокупности оценок были тезисы, вызвавшие активную заинтересованность экспертов (принятие или отторжение), а были такие, по которым они высказывались не очень активно или противоречно. Следует отметить, что менее активная поддержка групп тезисов, соответствующих определенному архетипу, сопровождалась и несколько более активным их отторжением, а отторжение тезисов сопровождалось менее активной их

поддержкой (рис. 1). Разность совокупности принятых и отвергнутых тезисов дает представление о том, какие архетипы являются наиболее приемлемыми для бренда города Навашино и соответствующего района, а какие имеют явное или не очень выраженное отторжение (рис. 3).

Наиболее активно принимались тезисы, соответствующие архетипам Простоты и Верности (рис. 3). В определенных

чертах принимаются также архетипы Любви и Заботы. В некоторых чертах приняты также архетипы Мудрости и Бунта. Архетипы, имеющие сравнительно невысокий рейтинг, нельзя считать принимаемыми, так как по многим тезисам, соответствующим этим архетипам, оценки экспертов были отрицательными или поляризовались. Эти архетипы дополняют, конкретизируют образ бренда города и района, придавая им некоторые дополнительные черты.

Наиболее активно отвергались тезисы, соответствующие архетипам Магии, Творчества, Карнавала и Власти. В известной степени отвергнут и архетип героизма, хотя ему более соответствующие нейтральные оценки. В целом можно отметить, что наиболее активно принимались архетипы семьи – стадии подготовки (рис. 2).

Наиболее отвергаемой стадией являются архетипы синтетической стадии – архетипы королевского двора. Таким образом, тенденция построения концепции бренда небольшого провинциального города сформулирована достаточно выпукло и уже по предварительным прикидкам соответствует сути Навашино и Навашинского района.

## 2. Содержание архетипов бренда Навашино

Наиболее высокие оценки получили три архетипа – Простота, Верность и Любовь. Причем Простота и Верность – это не просто конкурирующие, но на первый взгляд несовместимые архетипы и здесь важно выделить доминирующий. Замер показывает, что в оценках экспертов (как нормированных, так и ненормированных) доминирует архетип Простоты. В абсолютных (ненормированных) оценках с ним сочетается только один архетип – верность. Нормированные оценки добавляют к нему элементы Любви, Заботы и, отчасти, Мудрости и Бунта.

### 2.1. Своеобразие Навашино в его обычности (Простота)

Доминирование архетипа Простота проявляется уже в том, что из 360 возможных оценок на один архетип, тезисы, связанные с данным архетипом, были

оценены 254 раза: 147 были приняты экспертами и 107 – отвергнуты.

Таким образом, баланс положительных оценок составил 40. В силу того, что тезисы по данному архетипу чаще выбирали критические эксперты, склонные сравнительно редко давать положительные оценки и чаще отвергать те или иные тезисы, нормированный баланс положительных оказался оценкам в два с лишним раза выше – 99,8.

<b>Простота</b>	<b>147</b>	<b>107</b>	<b>40</b>	<b>99,8</b>
<b>Верность</b>	142	107	35	75,2
<b>Любовь</b>	121	122	-1	31,7
<b>Забота</b>	125	124	1	28,6
<b>Мудрость</b>	102	129	-27	14,2
<b>Бунт</b>	92	151	-59	7,8

*Тезисы по архетипу Простота приняты экспертами 147 раз, 107 раз отвергнуты.*

*Баланс оценок +40.*

*Нормированный баланс: +99,8*

Простота	15	3	20,9
Спокоен, трудолюбив, имеет бесконечно воспроизводимые функции	12	4	14,0
Предпочитает быть самим собой (быть, а не казаться)	12	3	12,9
Вызывает чувство доверия	11	4	8,8
Отличается простотой, подчас наивностью; доверчив	9	5	11,9
Нередко выглядит наивным, хотя не так прост, как кажется	7	7	6,63

В числе качеств, которые эксперты считают наиболее соответствующими образу города Навашино, лидирует опять же Простота: ее назвали 15 экспертов и отвергли только трое. Еще два эксперта проигнорировали это качество. Итак, город и горожан отличает простота. Город спокоен и трудолюбив. Трудолюбие позволяет горожанам перестраиваться в случае необходимости (он имеет бесконечно воспроизводимые функции).

Эта простота и бесхитрость проявляется и в том, что горожане предпочитают быть самими собой – именно быть, а не казаться. Эти тезисы подчеркнули 12 экспертов из двадцати. Навашино вызывает чувство доверия и их простота простирается до того, что они в своей доверчивости иногда могут создать у окружающих впечатление наивности.

Однако эта наивность – только внешнее свойство: город не так прост, как кажется. Таковы же и горожане.

Своеобразие	7	5	7,91
Под его внешней простой нередко скрывается сложность и незаурядность	8	7	2,72
Нередко бывает прямолинейным, но это помогает ему решить проблему	9	6	4,68
Всегда стремится поступать правильно, по совести	9	7	3,24
Честность	7	6	2,95
Совесть	6	5	2,45

Важным качеством навашиинцев (и это соответствует архетипу Простоты) является своеобразие, особенность, специфичность. Это своеобразие проявляется в том, что под внешней простой навашиинца нередко скрывается сложность и незаурядность. Простота поведения и прямолинейность – не самая распространенная стратегия поведения, но она нередко помогает навашиинцам решать их проблемы. Важнейшим тезисом, определяющим сущность простоты и тесно коррелирующим с данной группой тезисов является: «Поступай по совести, просто и без хитростей и ты добьешься своего».

Способен дать простой ответ на сложную проблему	6	6	1,14
Прямодушие	6	7	1,02
Бесхитрость	6	7	0,78
Ассоциируются с добром, нравственностью, простотой, ностальгией	5	6	0,23

Довольно активно эксперты подчеркивали такие качества города, как честность и совесть, однако у некоторых из них наличие этих качеств у навашиинцев вызывало серьезные сомнения. Тем не менее, такое свойство горожан, как стремление поступать правильно, по совести, вызывает у экспертов скорее согласие, чем отторжение. Горожанам свойственны такие качества, как совесть, честность и чувство справедливости. Эти качества эксперты называют очень избирательно, чаще зачеркивают другие варианты тезисов, чем принимают данные. Необходимо добавить, что такие свойства простоты, как наивная доверчивость,

беззлобность и мягкотелость отторгались большинством экспертов.

Примерно равное количество экспертов и приняло, и отвергло такие свойства, как прямодушие и бесхитрость, способность навашиинцев дать простой ответ на сложную проблему. Навашино нередко ассоциируются у экспертов с добром, нравственностью, простотой, ностальгией.

Итак, основное свойство города Навашино состоит в том, что жители города склонны к простоте форм жизни и отношений, основанных на прямоте и честности людей. В этом и заключается основное своеобразие города и его жителей.

Этот архетип, возможно, проявляется в героях рассказов В.М. Шукшина.

## *2.2. Навашино: единство в своем сообществе (Верность, Любовь и Забота)*

Верность – второй архетип, принятый большинством экспертов в абсолютных оценках, причем в этих оценках он ненамного отстает от доминирующего архетипа: из 360 возможных оценок, тезисы, связанные с данным архетипом, были оценены 249 раз: 142 были приняты экспертами и 107 – отвергнуты. Баланс положительных оценок составил 35 – ненамного меньше, чем у архетипа Простота – однако в нормированных оценках разница более значительна. Это означает, что тезисы, связанные с архетипом Верность эксперты называли не столь целенаправленно, как тезисы Простоты.

Все это означает, что Верность является не самостоятельным архетипом, а лишь дополняет доминирующий архетип Простоты. При этом важно отметить, что Простота – это архетип мотивации независимости и самореализации, то есть своеобразия, оригинальности, а Верность – архетип мотивации принадлежности и обладания.

Это кажущееся противоречие легко рассеивается при взгляде на тезисы, выбранные экспертами. Так, навашиинец предпочитает свой, привычный круг друзей и соседей (родственников), он испытывает потребность в связи с окружающими, потребность в принадлежности к своему сообществу. Житель района – это надежный и добрый сосед, хороший товарищ, друг, помощник, тот, кто под-

держит в трудную минуту. Житель района имеет потребность в обычных, прочных добродетелях, нуждается в чувстве локтя. Очевидно, он склонен к поддержке и развитию русских народных традиций...

<b>Простота</b>	<b>147</b>	<b>107</b>	<b>40</b>	<b>99,8</b>
<b>Верность</b>	<b>142</b>	<b>107</b>	<b>35</b>	<b>75,2</b>
<b>Любовь</b>	<b>121</b>	<b>122</b>	<b>-1</b>	<b>31,7</b>
<b>Забота</b>	<b>125</b>	<b>124</b>	<b>1</b>	<b>28,6</b>
<b>Мудрость</b>	<b>102</b>	<b>129</b>	<b>-27</b>	<b>14,2</b>
<b>Бунт</b>	<b>92</b>	<b>151</b>	<b>-59</b>	<b>7,8</b>

*Тезисы по архетипу Верность приняты экспертами 142 раза, 107 раз отвергнуты. Баланс оценок +35. Нормированный баланс: +75,2*

Свой круг	15	3	15,1
Испытывает потребность в связи с окружающими, потребность в принадлежности к сообществу	11	2	11,9
Надежный и добрый сосед, умелый помощник, товарищ	13	4	9,5
Надежный друг, хороший товарищ, помощник, поддержка в трудную минуту	9	2	8,8
Имеет потребность в обычных, прочных добродетелях, нуждается в чувстве локтя	8	4	7,1

Характеристики обыденных и прочных связей становящихся особенно актуальными в трудную минуту, уточняется в тезисах, принятых не столь единодушно. Так, 7 экспертов выбрали (и 4 отвергли) тезис о том, что навашинец нуждается в признании его своим в сообществе, которому он принадлежит. Очевидно здесь важным является отношение именно к своему сообществу, еще раз подчеркивается общинная сущность отношений.

Элементы общинности или, как сегодня принято говорить, корпоративности просматриваются и в том, что обитатели навашинского края способны буквально сливаться с близкими им людьми, быстро усваивать правила поведения, принятые в их сообществе, следовать этим правилам и установкам. Отношения общинности проявляются и в качествах, присущих, по мнению экспертов, нава-

шинцам: это помощь, надежда на друга, соседа. Эти же отношения усиливают стремление быть со своими людьми во время опасности

Нуждается в признании его своим в сообществе, которому он принадлежит	7	4	5,7
Способен буквально сливаться с окружающими, быстро усваивает правила поведения, принятые в сообществе и следует им	8	6	3,9
Помощь	8	6	3,7
Друг	8	7	3,1
Сосед	7	7	1,8
Поддерживает стремление быть с людьми (которое усиливается во время опасности)	7	6	3,2
Запасной вариант	6	6	5,7

*Это не опора для кого угодно, не поддержка всех и каждого, нуждающихся в этом, не оголтелый альтруизм. Навашинец может следовать и собственным интересам, что не противоречит прочным, традиционным, общинным связям. Возможно, для Навашинского края характерны традиционные русские общинные отношения.*

\* \* \*

Характеристики архетипа Верность дополняются и иллюстрируются архетипом Любовь – соседним архетипом по мотивации принадлежности и обладания. В оценках этого архетипа эксперты реже соглашались с его тезисами и чаще отторгают их: из 360 возможных оценок, тезисы, связанные с данным архетипом, были оценены 243 раза. Эксперты приняли тезисы этого архетипа 121 раз и отвергли 122 раза. Баланс отрицательный, однако соглашались эксперты с данной совокупностью тезисов более вдумчиво и избирательно, чем отвергали их. Поэтому нормированный баланс довольно значителен и составляет 31,7.

Сразу оговоримся, что атрибуты собственно любви – лирическое настроение, желание, абсолютное доверие и, особенно, нежность и интим – активно отвергались экспертами (и в абсолютных, и в нормированных оценках). Принимались

тезисы, совпадающие с архетипом Верность и дополняющие его.

<b>Простота</b>	147	107	40	99,8
<b>Верность</b>	142	107	35	75,2
<b>Любовь</b>	121	122	-1	31,7
<b>Забота</b>	125	124	1	28,6
<b>Мудрость</b>	102	129	-27	14,2
<b>Бунт</b>	92	151	-59	7,8

*Тезисы по архетипу Любовь приняты экспертами 121 раз, 122 раза отвергнуты. Баланс оценок отрицательный (-1) Нормированный баланс: +31,7.*

Для него важны близкие отношения между людьми, сочувствие и понимание	12	3	11,0
Поощряет красоту, общение и близость между людьми	11	2	10,5
Особенно высоко ценит общение с близкими людьми	8	5	8,6
Желает добиться взаимности, испытать удовольствие от общения с близкими	9	5	5,5
Создает лирическое настроение, стремление к близости	7	5	3,5
Близость	8	7	3,3

Так, 12 экспертов согласились с тезисом о том, что для навашиинцев важны близкие отношения между людьми, сочувствие и понимание. Характерно, что эксперты чаще соглашались с тезисами, где упоминалась близость отношений: «Поощряет красоту, общение и близость между людьми»; «Особенно высоко ценит общение с близкими людьми»; «Желает добиться взаимности, испытать удовольствие от общения с близкими»; «Создает лирическое настроение, стремление к близости». Среди качеств, характерных для жителей, опять подчеркивается близость – очевидно близость представлений, мнений, установок, образа жизни. Опять мы сталкиваемся с характеристиками внутренней спаянности, общинности.

Эти характеристики дополняются таким качеством навашиинцев, как взаимопонимание, которое поддерживают 9 экспертов. Не менее шести-семи экспертов отмечают, что для навашиинцев важно взаимопонимание, единство мыслей и

чувств, важна любовь, наконец, важно признание достоинств людей, которые хотят иметь за свои действия и достоинства награды в виде благодарности, признательности или преданности, для них важно взаимопонимание, единство мыслей и чувств.

Взаимопонимание	9	6	5,0
В качестве награды ожидает благодарности, признательности, преданности	7	6	3,3
Для него важно взаимопонимание, единство мыслей и чувств	6	7	0,4
Любовь	7	8	0,3

Отношения любви ограничиваются у навашиинцев внутренним взаимопониманием, отношениями мира и добрососедства. Они не стараются быть привлекательными во всех отношениях, не стремятся к тому, чтобы атмосфера была насыщена красотой взаимоотношений, радостью общения. Эта любовь, говоря современным языком, должна обходиться без фанатизма.

\* \* \*

Архетип Заботы также дополняет и конкретизирует архетип Верность. Из 360 возможных оценок, тезисы, связанные с данным архетипом, были оценены (как и тезисы архетипа Верность) 249 раз, но в другом соотношении: 125 были приняты экспертами и 124 отвергнуты. Баланс положительных оценок минимален (+1), однако он положительный, хотя в нормированных оценках он больше – +28,6.

Данный архетип в контексте бренда Навашино касается преимущественно специфики добрососедских отношений, их развития и совершенствования. Этот стиль отношений базируется на доброте. Так, весьма солидарно эксперты подчеркнули важное качество Навашино, которое помогает людям сохранять отношения друг с другом. Эта помощь заключается в способности навашиинцев откликнуться на чужое несчастье, помочь тем, кто действительно в этом нуждается.

Важно отметить, что собственно забота – охрана, обеспечение, комфорт и изобилие – активно отвергаются экспер-

тами. Элементы заботы в бренде Навашино в большей мере склоняются к деловитости, к развитию отношений, к формированию самостоятельности.

<b>Простота</b>	<b>147</b>	<b>107</b>	<b>40</b>	<b>99,8</b>
<b>Верность</b>	<b>142</b>	<b>107</b>	<b>35</b>	<b>75,2</b>
<b>Любовь</b>	<b>121</b>	<b>122</b>	<b>-1</b>	<b>31,7</b>
<b>Забота</b>	<b>125</b>	<b>124</b>	<b>1</b>	<b>28,6</b>
<b>Мудрость</b>	<b>102</b>	<b>129</b>	<b>-27</b>	<b>14,2</b>
<b>Бунт</b>	<b>92</b>	<b>151</b>	<b>-59</b>	<b>7,8</b>

*Тезисы по архетипу Забота приняты экспертами 125 раз, 124 раза отвергнуты.*

*Баланс оценок +1*

*Нормированный баланс: +28,6.*

Помогает людям сохранять отношения друг с другом	13	3	12,0
Сочувствует чужому несчастью, стремится помочь тем, кто оказался в беде	10	4	7,3
Заботится о близких, помогает им, поддерживает их	10	5	7,2
Создает атмосферу добросердечности, доброты	9	4	7,0
Доброта	10	6	5,9
Заботится об окружающих и учит этому других	9	5	5,8
Делает добро окружающим, защищает их от ущерба	8	4	5,0
Готов бескорыстно оказывать помощь, забывая о собственных проблемах	8	5	4,3
Безопасность	9	7	3,8
Знает как и чем можно помочь людям, может оказать реальную помощь	8	5	3,7

*Итак, навашиинцы склонны к простоте форм жизни и отношений. Эта простота основана на прямоте и честности людей. В этом и заключается основное своеобразие города и его жителей. Эти свойства высоко ценятся навашиинцами и активно культивируются в системе межличностных отношений, создавая и укрепляя прочные общинные отношения на своей территории.*

Бунт и Мудрость в контексте бренда Навашино – не основные архетипы, а нюансы, уточняющие черты облика тер-

ритории и ее обитателей, характеристики прошлого, настоящего и будущего. В таком временном аспекте особенно хорошо просматриваются тезисы из архетипа Бунт.

### *2.3. Город в ожидании перемен (Бунт и Мудрость)*

Многие тезисы этого архетипа были отвергнуты экспертами, поэтому из 243 оценок, сделанных ими, 92 связаны с согласием и 151 – с отторжением. Абсолютный баланс отрицательный, а нормированный – положительный, но минимальный. Уже сам этот расклад показывает, что от целостности архетипа Бунт мало что остается.

<b>Простота</b>	<b>147</b>	<b>107</b>	<b>40</b>	<b>99,8</b>
<b>Верность</b>	<b>142</b>	<b>107</b>	<b>35</b>	<b>75,2</b>
<b>Любовь</b>	<b>121</b>	<b>122</b>	<b>-1</b>	<b>31,7</b>
<b>Забота</b>	<b>125</b>	<b>124</b>	<b>1</b>	<b>28,6</b>
<b>Мудрость</b>	<b>102</b>	<b>129</b>	<b>-27</b>	<b>14,2</b>
<b>Бунт</b>	<b>92</b>	<b>151</b>	<b>-59</b>	<b>7,8</b>

*Тезисы по архетипу Бунт приняты экспертами 92 раза, 151 раз отвергнуты.*

*Баланс оценок отрицательный (-59).*

*Нормированный баланс минимальный: +7,8.*

И действительно, наибольшую нагрузку имеют тезисы, характеризующие устремленность Навашино в будущее: город хочет перестать быть заурядным, он хочет пойти по новому пути. Движение по новому пути чревато борьбой, которую ожидают и предсказывают 14 экспертов. Борьба и ожидание бури не страшат навашиинцев, для них важнее то, что они не хотят быть беспомощными, не хотят мириться с несправедливостью.

Хочет перестать быть заурядным, как все, хочет пойти по новому пути	14	2	20,1
Борьба	14	5	16,5
Ожидание бури	10	4	14,3
Не хочет быть беспомощным, никогда не смирится с несправедливостью	7	5	3,5

Элементы Бунта все же просматриваются, но только в том, что некоторое количество экспертов поддерживает небесспорные тезисы о готовности навашиинцев расчищать место для нового,

разрушать преграды, говорит о готовности к разрушительным действиям. Но все эти тезисы в большей степени отвергаются экспертами, чем поддерживаются ими.

Его предназначение – расчищать место для нового, убирать то, что мешает	7	6	4,41
Разрушение преград	5	7	2,72
Готов к радикальным, разрушительным действиям в своей сфере	5	9	1,78
Революционность	4	9	0,29

*Навашино бесстрашно и с оптимизмом смотрит в будущее, хотя и ожидает трудностей и проблем.*

\* \* \*

Многие тезисы архетипа Мудрость были также отвергнуты экспертами, поэтому из 231 оценки, сделанной экспертами, 102 связаны с их согласием и 129 – с отторжением. Абсолютный баланс отрицательный, хотя и менее значимый, чем в архетипе Бунта, а нормированный – положительный. Этот расклад тоже показывает, что ждать целостности от архетипа Мудрости не следует.

<b>Простота</b>	147	107	40	99,8
<b>Верность</b>	142	107	35	75,2
<b>Любовь</b>	121	122	-1	31,7
<b>Забота</b>	125	124	1	28,6
<b>Мудрость</b>	102	129	-27	14,2
<b>Бунт</b>	92	151	-59	7,8

*Тезисы по архетипу Мудрость приняты экспертами 102 раза, 129 раз отвергнуты.*

*Баланс оценок отрицательный (-27)  
Нормированный баланс: +14,2.*

Действительно, от Мудрости бренд Навашино берет только вопросы, связанные с процессами понимания своего мышления. Стратегия навашинецов состоит в том, чтобы найти информацию, обрести адекватное понимание окружающего мира.

Элементы Мудрости в плане обмена знаниями, наставничеством, обучением присутствуют в оценках экспертов, но

они находятся на грани нулевого баланса. Примерно на том же уровне находится и рациональность навашинецов, которая рассматривается как здоровый прагматизм.

Понимание	11	4	9,1
Испытывает потребность понимания процесса своего мышления	9	3	8,6
Стратегия – искать информацию, знание, понимание мира	7	4	6,2
Поиск истины, стремление к объективности	8	4	5,1
Мышление	5	5	2,9
Делится опытом или информацией	7	5	2,7
Наставничество, обучение	7	7	2,1
Рациональность	6	8	2,0
Стиль действий: надежное знание, логика, обоснованные выводы	7	7	1,1

Мудрость в чистом виде, как научность, узкий профессионализм отторгается экспертами. Большинство из них также отторгают такие качества, как компетентность, глубина, знания, научность, истинность. Лишь единицы соглашаются с этими тезисами.

#### *2.4. Отторгаемые архетипы: уточнение облика территории и ее обитателей*

Наиболее активно отторгается архетип Магии: большинство тезисов этого архетипа эксперты признали несоответствующими облику и сущности территории и ее обитателей. Город не обладает такими свойствами, как волшебство, восхищение и превращение. Никакого волшебства, никаких чудес: все понятно и рационально. Навашинец не может и не хочет делать несбыточные мечты явью, все, что он делает – обыденно и понятно. Может быть даже в чем-то и заурядно – без излишеств и выкрутасов. Он мастер, но не кичится знанием секретов мастерства – они для него не секрет. Он мастер, но не считает себя непревзойденным в своем деле – он мастер как все. Может быть, немного лучше.

Примерно на тех же основаниях отвергаются и тезисы, соответствующие архетипу Творчества: мы не мечтаем создать вечные ценности, мы просто работаем, вкалываем, живем. Нам некогда



мечтать, и мы не воплощаем в реальность свои мечты и фантазии. Мы не ждем озарения – ибо работаем каждый день, не дожидаясь прихода вдохновения. Мы простые люди.

В том же формате отвергается и архетип Карнавал. Здесь, прежде всего, отторгается легкость, легкомыслие, шутка, розыгрыш, веселье. Неприемлемо для навашинецов часто менять свой облик и жить среди людей, имеющих такую привычку. Здесь утверждается обыденность, будничность, стабильность реального бытия.

Будничность провинциального бытия не совмещается и со многими элементами архетипа Поиск, с романтикой путешествий, странствий и приключений. Будничности не нужна и новизна. Рабочие будни не очень совмещаются с потребностью постоянного самоутверждения, лидерства, формирования и поддержания собственной уникальности.

Отторжением романтики борьбы за лидерство объясняется и неприятие экспертами тезисов из архетипа Героизм. Эксперты отвергли такие качества, как героизм, воля, негибкость, смелость, отвага, как совершенно не соответствующие бренду навашинской земли. Отвергается и готовность на жертвы ради высоких целей, и готовность к выполнению рутинных обязанностей, но только ради высоких целей. Не будут навашиноцы целенаправленно бороться за лидерство, не хотят они стать первыми любым способом.

В архетипе Власть навашиноцы не приемлют, прежде всего, атрибуты богатства – роскошь, аристократизм и элитарность. Вспомним: они отвергли аналогичные атрибуты заботы – изобилие, комфорт и обеспеченность. Что касается элитарности, то это, прежде всего неприятие высокого статуса или взаимодействия с ним (союз и взаимодействие с могущественными людьми).

*Таким образом, отторжение архетипов тесно и логично связано с выбором в качестве основания бренда архетипа Простоты, базирующегося на простых и понятных свойствах и отношениях, на обыденности, будничности, на вечных ценностях.*

### 3. Обсуждение результатов: дополнительные вопросы

Вышеизложенные результаты исследования были представлены для обсуждения группе жителей города Навашино, поскольку завершение первого этапа работы над концепцией бренда – обоснования выбора архетипа – состоит в ответе на серию конкретных вопросов, связанных с жизнью города и района.

Вторая часть – создание самого бренда, в том числе, и визуального образа, который будет ассоциироваться только с этим конкретным местом, только с этими конкретными людьми. Бренд – очень мощный инструмент коммуникаций и выстраивается на основе привлекательности места и людей, на основе относительной известности этого места в общественном и деловом сознании. Задача бренда – сделать Навашино заметным субъектом глобального информационного поля.

Тем не менее, привычка «смотреть назад», то есть, в историю, рассуждая о преимуществах и возможностях конкретной территории, очень сильна в общественном сознании. Что в очередной раз доказало обсуждение результатов исследования.

Практически все участники обсуждения поначалу говорили о том, что Навашино – город судостроителей и этим исчерпывается его функционал. Есть завод – есть город. Есть работа на заводе – есть жизнь в городе.

Вот наиболее стандартные высказывания.

*– Мы привыкли гордиться ОАО «Окская судостроительная». Большая часть населения продолжает гордиться предприятием и считает, что оно головное и всё от него зависит, потому что, в конце концов, с этим предприятием каждая семья в Навашино связана и от этого нам никуда не деться. А при сокращении штата предприятия люди растерялись.*

*– Город Навашино стал попутным результатом существования судостроительного завода, нашего города бы не было. Потому что все, что построено в городе, построено силами отдела капитального строительства завода. Поэтому в под-сознании, если мы говорим о Навашино,*

*то думаем о заводе. Мы еще живем в том советском времени, когда завод давал квартиры, когда у нас не было проблем с детскими садами.*

*– Навашино упоминается в учебнике экономической географии, именно как город, где производятся сухогрузы, танкеры. С Окской судовой верфи было сокращено почти 2000 человек. Это до сих пор сказывается на жизни и поведении людей. Целые династии, семьи, никуда не делись, они сохранились. Те люди, которые утратили связь с заводом, сейчас находятся в растерянности.*

Такая позиция как нельзя лучше подтверждает результаты проведенного исследования: навашиинцы склонны к простоте форм жизни и отношений, основанных на прямоте и честности людей.

Но эта же позиция очень сильно ограничивает потенциал территории и возможности построения бренда: если в основании бренда заложено благополучие завода, то смысл существования города теряется при переходе на какие-либо другие основания жизни. Очевидно, что бренд города не должен совпадать с наименованием товара, производимого в нем. От этого бренд и потенциал только сужаются. Более того, однозначная, казалось бы связь «город-товар (предприятие)», чаще всего имеет негативное воздействие на восприятие такой связанной территории в сознании потенциальных жителей и инвесторов.

Участникам обсуждения было предложено отыскать другие особенности навашинской земли: географические, исторические, экономические, которые можно превратить из особенностей в безусловные преимущества. И таковые сразу же нашлись.

Географическая достопримечательность – озеро Свято, которое может поспорить с раскрученным Светлоярм.

Историческая достопримечательность – одна из древнейших на территории России стоянок человека каменного века.

Культурная достопримечательность – фестиваль бардовской песни, который ежегодно проводит композитор и исполнитель Сергей Трофимов (Трофим).

Экономическая возможность – концентрация на малой территории всех видов транспортных путей: река, железная дорога, автомобильный мост через Оку,

потенциальная возможность авиаперевозок. Такой логистический набор свойственен большим городам, а в малых поселениях, где есть достаточно земли для строительства грузовых и перегрузочных хабов, практически нигде не существует.



Уже этот, далеко не полный перечень, дает возможность думать о создании бренда, отличного от традиционного «город-завод», и развивать территорию по разным направлениям деятельности, например, логистической и туристической. В рассуждениях навашиинцев практически не упоминались возможности, связанные с современными коммуникационными технологиями и высокотехнологичными производствами.

Использование названных навашиинцами возможностей позволяет строить бренд территории, понятный не только самим жителям, но и потенциальным инвесторам: туристам, бизнесменам. Для них Навашино становится понятным и, возможно, привлекательным. А наличие в городе мощного предприятия с хорошими традициями гарантирует потенциальным инвесторам достаточный уровень квалификации потенциальных работников новых производств.

Многие участники обсуждения говорили о визуальном воплощении нового бренда. И хотя визуализация – дело художников и дизайнеров, все пришли к выводу, что в выработке визуального образа необходимо участвовать всем жителям города, например, через конкурс, который может организовать редакция местной газеты или управление образования.

В завершение обсуждения участники анонимно ответили на ряд открытых вопросов. Ниже приведены сами вопросы и наиболее интересные ответы на них.

**1. Город спокоен, трудолюбив, имеет бесконечно воспроизводимые функции. В чем состоит эта способность?**

– Способность жить на «половину шага» в прошлом, своеобразная «замедленная реакция», в мире потрясенный – мы еще в покое, трудимся, живем, работаем, ждем: докажется ли.

– Главное у жителей города – это семья, семейные традиции. Политические интриги для города не привычны.

– Население города не привыкло митинговать по любому поводу. Стойко принимают все перемены в обществе.

– Трудовые династии.

– Желание работать, желание жить по совести, достойно.

– Отсутствие выбора.

**2. В чем заключается своеобразие Навашино и навашиинцев, их сложность и незаурядность?**

– Город отличается своей простотой, в основном из-за того, что жители города знают друг друга в лицо. Чужака видно издали.

– Своеобразие – в верности своим идеалам, даже в том случае, если идеалы повержены.

– Очень ценит свою историю.

– Особенность географического положения, высокая территориальная мобильность населения.

– В его обычности, простоте, в его природной красоте.

– Любовь и верность к городу и родной природе (озеро Свято).

– Размеренная жизнь, как во всех маленьких городках.

– У города нет большой истории, как у большинства городов. Навашино чуть больше 50 лет и создавался как поселок кораблестроителей.

– Основное население составляют приезжие с соседних поселений и районов, присутствуют разные толкование веры, традиций, культуры.

**3. Честность и порядочность – как особое свойство навашиинцев. Чем наполнено это свойство? – Примеры, предания, история... Прямота и прямолинейность навашиинцев. – Примеры, предания, история...**

– В малом городе, когда все друг друга знают – хочется быть честным и порядочным, чтобы тебя уважали.

– Город небольшой, все друг друга знают, поэтому схитрить, обмануть – не получится.

**4. Какие народные традиции (обряды, обычаи) сохраняются и поддерживаются в городе и районе? Какие но-**

**вые традиции родились в городе и существуют только здесь?**

– Проведение районных праздников, народные художественные коллективы.

– Проводить праздники с близкими родственниками (родителями, бабушками, дедушками).

– Отмечается День строителя, празднуется спуск очередного судна на воду, соревнования детских команд по футболу.

– Проведение праздников – День города, Проводы Зимы и т.д. объединяют людей, дает почувствовать чувство локтя на площади.

– Праздник села.

– Новое – фестиваль бардовской песни «Трофим собирает друзей» на о. Большое Святое близ села Дедово.

**5. Отмечено, что архетип Простота, возможно, проявляется в героях рассказов В.М. Шукшина. Так ли это? Если да, то какие герои, какое произведение В. Шукшина вспоминается?**

– Фильм «Печки – лавочки».

– Рассказы «Срезал», «Микроскоп».

– Фильм «Калина красная». Сожаление, что человек пытается исправиться, стать на ноги – ему мешают темные силы.

– Рассказ «Чудик» – главный герой.

– Героям Шукшина, так называемым чудакам свойственна наивность, это их отличительное качество. Навашиинцам наивность не свойственна. Скорее – «себе на уме».

**6. Какие сообщества традиционно существуют (или вновь возникают) в городе и районе?**

– По сёлам (деревням), улицам. Принадлежность к семьям, «троюродные сестры внучатых племянников».

– Заводчане – ОАО «Окская судостроительная», Сельские общины.

– Клубы любителей садов и огородов: «Кабачок», литературное кафе при центральной библиотеке.

– Организация ветеранов.

– Музей Навашиинского района, встречи с Сергеем Трофимовым.

– Молодежные сообщества.

**7. Каковы в Навашино традиции поддержания дружбы, соседства и родства – примеры...**

– Все знают чем «живёт сосед», готовность прийти на помощь.

– Сельские общины, пришедшие жить в п. Навашино.

– Выходные и праздничные дни проводить с друзьями и родственниками, чаще на природе.

- Землячество.
- Чтятся существующие трудовые династии на ОАО «Окские судовой верфи».

**8. Навашино хочет перестать быть заурядным, хочет пойти по новому пути. Что это за путь? Куда хочет двигаться город и горожане? По какому пути?**

- Хочется приблизиться к «блеску больших городов», заявить о себе, видеть себя в жизни своей страны ярко и полно.

- Строительство «Ледового дворца», нет на территории учреждений досуга и отдыха кому за 30, для отдыха семей.

- Экономическое развитие, увеличение количества предприятий (новых), возможность выразиться, найти свое призвание.

- Развивать экотуризм.

- Рабочие места с достойной заработной платой.

- Чтобы поднималась и развивалась промышленность. Город стал чистым и благоустроенным.

- Горожанам хотелось бы улучшить свое благосостояние, пойдет ли по этому пути город.

- По пути развития с целью расширения границ городской черты.

- Людям хочется, чтобы предприятия работали более стабильно, были рабочие места, в городе оставалась молодежь, город благоустраивался.

**9. На этом пути город ожидают бури и борьба. Что за бури? Борьба какая и с кем? Каково содержание этой борьбы?**

- Перемены (неизвестность) страшат, но очень хочется.

- Буря может произойти, если город не будет развиваться, расти, т.к. молодежи в нашем городе скучно, нет целей и возможностей развиваться.

- Принятие новых правил, привыкание и нововведение.

- Борьба за власть.

- Сохранение традиций. Неприятие трудовых мигрантов.

- Неустроенность молодежи, нет достойной работы, жилья

- Строительство АЭС. Сохранение природы, поддержание в экологически чистом состоянии

**10. Какие трудности и проблемы ждут Навашино? В какой сфере?**

- Инертность представлений ведёт к инертности действий – раскачать трудно, но можно.

- Проблемы демографические, т.к. молодежь в основном переезжает жить в Н. Новгород, Москву, а также в соседние города – Выкса, Муром, более процветающие.

- Вымирание, т.к. молодежь старается уехать и остаются только те, которые безразличны к своему будущему.

- Образование, ЖКХ, благоустройство. Бесконечное повышение тарифов – непонятно, куда это приведет.

- основная проблема горожан – сложность в трудоустройстве, низкая оплата труда, отсутствие строительства жилья.

**11. В чем привлекательность обыденности? Романтика обыденности?**

- В том, что можно планировать завтрашний день с относительной уверенностью, что план воплотится.

- Стабильность, понятность, предсказуемость.

- Нет особых выплесков, спокойный ритм жизни, тишина.

- В городе, в районе много уголков, которые можно назвать жемчужиной природы – озеро Свято, малое Свято.

- Близость природы, близость друзей, отсутствие суеты, шума.

- Ничего привлекательного и романтического.

- Сломанные лавочки в сквере – «привлекательность» или обыденность?

\* \* \*

Навашино – город молодой. Ему чуть больше пятидесяти лет, но навашинские традиции имеют очень глубокие исторические корни. Совместное использование энергии молодости и стабильности традиций – питательная почва для развития территории. Работа по формированию бренда Навашино должна совместить в себе и уважение к истории, и стремление к улучшению жизни. Простота отношений, Верность традициям, Любовь к родной земле и Забота о процветании земляков – вот составные части навашинского бренда.