

DOI 10.35775/PSI.2025.123.6.025

УДК 32

А. ПОПАДЬИН

аспирант кафедры политического анализа
факультета государственного управления МГУ
имени М.В. Ломоносова, Россия, г. Москва
E-mail: popadina@sra.msu.ru
SPIN-код: 5210-9086
ORCID ID: 0000-0002-8870-5480

ИНДЕКС СИМВОЛИЧЕСКОЙ МИЛИТАРИЗАЦИИ РЕГИОНОВ РОССИИ НА ПРИМЕРЕ СИМВОЛОВ Z И V

Статья оценивает масштабы и глубину символической милитаризации в субъектах РФ в 2022-2025 гг. Цель – рассмотреть распространение военных символов и степень их встраивания в повседневные институты и региональную идентичность. На массиве из 89 субъектов рассчитан Индекс символической милитаризации (ИСМ) как сумма пяти индикаторов (ребрендинг; публичные пространства; образование/воспитание; коммеморации/акции; официальная коммуникация; 0-2 балла каждый, максимум 10). Применены стандартизированное кодирование, описательная статистика и кластеризация.

Ключевые выводы анализа: «низовой» ритуально-коммуникативный слой (акции, официальная риторика, городская визуальная среда) стал административной нормой: простое наращивание кампаний дает минимальную отдачу. Реальные различия между регионами определяются глубиной вшивки символики – через айдентику (ребрендинг) и воспитание (регулярные образовательные форматы, школы). Выявлены две рабочие конфигурации: ритуально-коммуникативная (высокая видимость символики без изменений основного бренда региона) и интегративная (добавляются ребрендинг и системная работа в образовании), причем вторая обеспечивает максимальную устойчивость. «Слабые звенья» – провалы в публичных пространствах или нестабильная официальная коммуникация – непропорционально «роняют» итог символической имплементации символов и не компенсируются количеством мероприятий. ИСМ работает как мера глубины встраивания символики в политический ландшафт: для усиления целесообразно работать с айдентикой и образовательными контурами; для демилитаризации – пересматривать элементы бренда и смягчать жесткие учебно-воспитательные практики. Результаты пригодны для мониторинга, бенчмаркинга и аудита «разрывов» с привязкой к бюджетам и KPI.

Ключевые слова: символическая политика, федерализм, региональная идентичность, политика памяти, ребрендинг, милитаризация символики.

Введение. С середины XX века символическая политика рассматривается как взаимосвязанный и системный процесс познания, конструирования

и управления восприятием политической реальности [13. С. 561; 14. С. 2]. Символы перестали исследовать изолированно: каждое их проявление изучается в связи с контекстом, интересами режима, политической культурой и стратегией государства. Предметом анализа становится использование государственных символов, ритуалов и нарративов для легитимации власти, формирования коллективной идентичности и мобилизации.

В российской практике символическая политика часто трактуется через призму «политики памяти» [5. С. 25; 10. С. 137] или в региональном измерении [6. С. 219; 8. С. 101], где на эффекты символов заметно влияют локальные традиции и идентичности.

Одновременно с этим все субъекты федерации функционируют в едином символическом поле, которое в 2022-2025 гг. было сосредоточено вокруг темы специальной военной операции. Ее широко распространенными обозначениями стали символы «Z» и «V». Эти знаки выполняют роль поддерживающего нарратива, обновляющего политические мифологии, сопоставимые с советским образом Победы, и выступают инструментом консолидации и мобилизации [7. С. 112].

С официального начала специальной военной операции Вооруженных сил РФ на территории Украины буквы «Z» и «V» получили массовое распространение в региональной официальной символике [16]. На фасадах зданий правительств ряда регионов выкладывались буквы «Z» из световых окон [9]; региональные власти вводили брендовые логотипы и слоганы с «Z» (например, Кемеровская область – «КуZбасс» [4], Забайкальский край – «Забайкалье» [3]). В результате в 2022-2025 гг. в субъектах РФ сложились различные конфигурации «символической милитаризации». Целью исследования является их описание и типологизация на основе **Индекса символической милитаризации (ИСМ)** – суммарной оценки по пяти измерениям (ребрендинг; публичные пространства; образование и воспитание; коммеморации и акции [1. С. 27; 2. С. 25]; официальная коммуникация) с последующим межрегиональным сравнением.

Методология исследования. Основным методом исследования является контент-анализ [15], на основе которого происходит кодировка результатов и формулируются как статистические выводы [17], так и экспертная оценка.

Объект и период. Анализ охватывает 89 субъектов Российской Федерации в период 2022-2025 гг.

Источники и верификация. Проанализированы официальные сайты и публикации региональных органов власти (приказы, постановления, пресс-релизы), а также государственные/региональные СМИ и официальные телеграм-каналы за 2022-2025 гг. Для каждого факта фиксировались URL, дата публикации/принятия, орган-источник; по возможности сохранялись архивные копии. В анализ не включались неподтвержденные сообщения и неофициальные публикации [15].

Операционализация (ИСМ). Для каждого региона присваиваются баллы «0», «1» или «2» по пяти показателям наличия символов «Z» или «V»:

- ребрендинг/айдентика (0 – отсутствует; 1 – эпизодический; 2 – устойчивый/системный);
- публичные пространства (0 – нет; 1 – единичные объекты/инициативы; 2 – серия объектов/программа/переименования);
- образование/воспитание (0 – нет; 1 – локальные мероприятия; 2 – регулярные форматы/методические рекомендации/отчетность);
- коммеморации/акции (0 – нет; 1 – эпизодические; 2 – ежегодные/серийные с региональной координацией);
- официальная коммуникация (0 – почти не используется; 1 – ситуативно; 2 – устойчивый паттерн в заголовках/хештегах/визуале).

Итоговый индекс: ИСМ = $\Sigma(1...5)$ □ [13. Р. 559-585]. Каждый балл обосновывается минимум 1-2 первичными источниками (URL, орган-источник, дата). Кодировочные правила приведены в Таблице 1.

Таблица 1. Критерии анализа Индекса символической милитаризации

Балл/ критерий	Ребрендинг	Публичные пространства	Образование/ воспитание	Коммеморации/ акции	Официальная коммуникация
0	не выявлен	не выражено	не выражено	не выражено	не выражено
1	выражено, но не системно	выражено, но не системно	выражено, но не системно	выражено, но не системно	выражено, но не системно
2	выражен системно	выражено системно	выражено системно	выражено системно	выражено системно

Источник: составлено автором.

Процедура кодирования и анализ. Сбор кейсов осуществлялся по единому шаблону (регион, дата, источник, краткая цитата ≤25 слов, тип доказательства). Для повышения надежности применялась повторная проверка ссылок. Итоговые значения ИСМ использовались для описательной статистики. Визуализация включала сводные таблицы.

Ограничения. Фокус на военной символике мог привести к пропуску иных знаковых обновлений. Динамичность практик учитывалась при интерпретации. Все факты сопровождалось проверяемыми ссылками и датами; неподтвержденные сообщения исключались.

Индекс символической милитаризации по регионам. В анализируемой выборке из 89 субъектов РФ значения ИСМ варьируются от 6 до 10 баллов (максимум возможных – 10). Среднее значение ИСМ составляет примерно 8,15, медиана – 8. Наибольшее число регионов (40 субъектов) имеет ИСМ=8, 21 субъект – 9 баллов,

20 субъектов – 7 баллов. Только один регион набирает минимальные 6 баллов, а семь регионов достигают максимальных 10 баллов. Среднее ИСМ ≈ 8,15; медиана 8; диапазон значений 6-10.

Таблица 2. Распределение оценок по отдельным индикаторам ИСМ: количество субъектов с каждой оценкой, среднее и медиана по индикатору

Индикатор	0	1	2	Среднее	Медиана
Ребрендинг	48	33	8	0.55	0
Публичные пространства	0	3	86	1.96	2
Образование/воспитание	0	31	58	1.65	2
Коммеморации/акции	0	0	89	2.00	2
Официальная коммуникация	0	2	87	1.98	2

Источник: составлено автором.

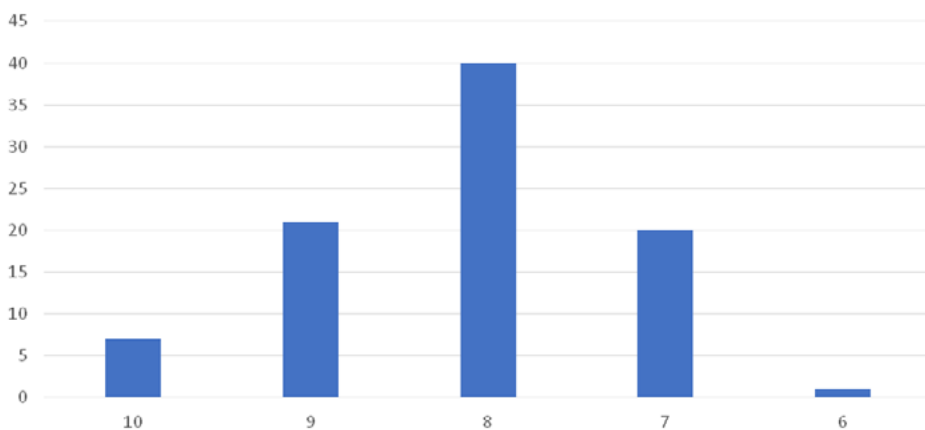


Диаграмма 1. Распределение значений ИСМ

Источник: составлено автором.

Из таблицы видно, что по двум показателям практически все субъекты получили максимальную оценку: «коммеморации/акции» (89 субъектов – 2 балла) и «официальная коммуникация» (87 субъектов – 2 балла, 2 субъекта – 1 балл). Почти все регионы также имеют 2 балла по «публичным пространствам» (86 субъектов) и «образованию/воспитанию» (58 субъектов; 31 субъект – 1 балл). Максимальное разнообразие наблюдается в индикаторе «ребрендинг»: 48 субъектов оценены 0 баллами, 33 – 1 баллом, только 8 субъектов – 2 баллами. Таким

образом, практически во всех субъектах активно используются официальные формы военной символики (памятные акции, официальные заявления), тогда как влияние символической милитаризации через брендинг территорий и военное воспитание вариативно.

Среди субъектов с наивысшим ИСМ (Таблица 3) выделяются приграничные территории и «военные анклавы» (Белгородская и Калининградская области, ЛДНР), а также удаленные регионы (Магаданская область, Забайкалье), что свидетельствует о широком спектре применения милитаризованной символики.

Таблица 3. Топ-15 субъектов РФ по значению ИСМ (более высокие показатели означают более интенсивную символическую милитаризацию)

№	Регион	ИСМ
1	Белгородская область	10
2	Кемеровская область – Кузбасс	10
3	Донецкая Народная Республика (ДНР)	10
4	Калининградская область	10
5	Магаданская область	10
6	Забайкальский край	10
7	Калужская область	10
8	Ульяновская область	9
9	Амурская область	9
10	Тамбовская область	9
11	Брянская область	9
12	Владимирская область	9
13	Курганская область	9
14	Костромская область	9
15	Московская область	9

Источник: составлено автором.

Эмпирическая типология: можно выделить пять устойчивых профилей символической милитаризации (центры в исходных баллах; n – число регионов):

• «Высокий без брендинга» (n=29) – ребрендинг 0, все остальное 2. Это «ритуально-коммуникативная насыщенность» без формального переопределения айдентики.

• «Интегративный» (n=28) – образование ≈ 2 , коммуникация/пространства/коммеморации 2, ребрендинг $\sim 1-2$. Почти «полный пакет», включающий элементы айдентики.

• «Фрагментарный без брендинга» (n=27) – ребрендинг $\sim 0-1$, образование 1, прочее 2. Есть массовые ритуалы и коммуникация, но «глубинные слои» (школы, устойчивые практики) оформлены слабо.

• «Дефицит публичных пространств» (n=3) – публичные пространства 1 (Тыва, Камчатка, Тверь); суммарный ИСМ ниже (6-7).

• «Атипичный дефицит официальной коммуникации» (n=2) – коммуникация 1 при остальных высоких значениях (Запорожская, Курская области).

Таким образом, ритуальный «базис» институционализирован повсеместно. Почти все регионы стабильно держат 2 балла по коммеморациям и официальной коммуникации; в 96,6% случаев – по публичным пространствам. Это означает, что «нижний уровень» символической милитаризации (ритуалы, визуальная среда, официальная риторика) стал нормой управления на уровне субъектов.

Структурная дифференциация идет по «глубоким» слоям – ребрендинг и образование. Именно они объясняют основную вариативность ИСМ: повышение ребрендинга с $0 \rightarrow 2$ дает прирост +2,3 балла к среднему ИСМ; перевод образования с $1 \rightarrow 2$ – еще +1,16. Следовательно, символическая милитаризация различается не по наличию ритуалов, а по степени встроенности в айдентику и учебно-воспитательные контуры.

Две «модели полноты» без и с ребрендингом. Кластер «высокий без брендинга» (n=29) показывает, что многие субъекты достигают практически максимальной насыщенности без изменения официальной айдентики. В «интегративном» кластере (n=28) ребрендинг и образование доводят систему до почти полного цикла (коммуникация \rightarrow пространство \rightarrow школа \rightarrow айдентика).

Редкие «слабые звенья» резко тянут индекс вниз. Там, где нет оформления публичных пространств (Тыва, Камчатка, Тверь), ИСМ падает до 6-7, хотя коммуникации и ритуалы присутствуют. Аналогично, пониженная официальная коммуникация (Курская, Запорожская) при прочих высоких значениях создает «провал» до ИСМ=7. Управленческий вывод: разрывы в одной из ключевых подсистем (пространство/коммуникация) не компенсируются усилением других.

Ребрендинг остается «дефицитным, но сильным» сигналом. Только 9% субъектов имеют 2 балла по ребрендингу, и почти все они – в верхушке рейтинга (ИСМ ≈ 10). Это маркер демонстративной интеграции символики в ядро региональной идентичности; именно он отделяет «ритуально насыщенные» практики от институционально встроженных.

Функциональная роль ИСМ: при почти универсальном «низовом» слое индекс де-факто измеряет глубину встраивания – насколько символика не просто

предъявляется, а перепрошивает айдентику и образовательные контуры. На этой почве возникают два устойчивых пути:

- ритуально-коммуникативная консолидация без смены айдентики;
- интегративная модель, где айдентика и образовательный трек закрепляют символику как «новую норму».

Заключение. Накопленные данные по 89 субъектам показывают важную тенденцию: «низовой» слой символической милитаризации в России стал новой административной нормой. Почти везде есть памятные акции и календарные кампании (по этому индикатору все регионы получают максимальные 2 балла), устойчиво работает официальная риторика (≈98% субъектов имеют 2 балла) и оформлено публичное пространство (≈97% – также 2 балла). Итоговый ИСМ тяготеет к верхней части шкалы: медиана – 8 баллов, среднее – 8,15, семь регионов достигают потолка (10), лишь один опускается до 6. Иными словами, символическая повседневность – пресс-релизов и хештегов до стел и инсталляций – стала фоном, а не исключением.

Различия начинаются там, где символика «уходит в глубину». Вариативность индекса задают два индикатора – ребрендинг и образование/воспитание. Ребрендинг остается редким, но самым «силовым» маркером: только 9% субъектов получают за него 2 балла, зато средний ИСМ у них почти 9,9, против 7,6 у регионов без ребрендинга. Это особенно важно в контексте того, что ребрендинг выступает индикатором перехода от событийной повестки к переформатированию идентичности территории [12. С. 277]. Образовательный контур – второй драйвер: переход от эпизодических форм (1 балл) к регулярным форматам с методическими рекомендациями и отчетностью (2 балла) поднимает средний ИСМ примерно с 7,4 до 8,6. Иными словами, массовые ритуалы уже повсеместны, а «качество милитаризации» определяется тем, встроены ли символы в айдентику и учебно-воспитательные практики.

Кластерный анализ фиксирует две доминирующие модели. Первая – «ритуально-коммуникативная»: регион последовательно проводит акции, оформляет городскую среду, поддерживает высокий медийный тон, но не меняет собственную айдентику (логотипы, слоганы, официальное написание) – таких субъектов много, и они стабильно держат высокие значения ИСМ без «перепрошивки» идентичности. Вторая – «интегративная»: к ритуалам добавляются устойчивые практики в образовании и элементы ребрендинга; символика становится частью ответа на вопрос «кто мы». Именно эта связка дает высокие значения индекса.

Слабые звенья видны отчетливо. Там, где недотягивают публичные пространства (единичные объекты вместо программ) или проседает официальная коммуникация, общий ИСМ падает на 1-2 пункта, даже при сохранении кампаний. Это управленческий урок: «разрыв» в одной из несущих подсистем не компенсируется усилением других. В обратную сторону действует и ребрендинг: он редок, но, появившись, «подтягивает» индекс почти на 2-2,5 балла за счет демонстративной встроенности символов в ядро региональной идентичности.

На практике ИСМ измеряет уже не «есть ли символика», а глубину ее встраивания – от праздничной витрины к институционализированной норме. Чем глубже слой (айдентика и школа), тем устойчивее конфигурация и тем выше барьеры для обратного хода: отменить акцию проще, чем пересобрать бренд или переписать методические контуры. В этой устойчивости – и потенциал, и риск: без содержательных задач символическая повседневность может превратиться в ритуал ради ритуала, вызывая усталость аудитории [11. С. 72].

БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК:

1. **Аникин Д.А.** Военные коммеморации в образовательном пространстве современной России: советское наследие и новые практики // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2024. № 1. DOI: 10.55959/MSU0868-4871-12-2024-2-1-27-42.
2. **Бубнов А.Ю., Савельева М.А.** Герои и символы специальной военной операции: практики коммеморации в цифровой среде // Вестник Московского университета. Серия 12. Политические науки. 2024. № 1. DOI: 10.55959/MSU0868-4871-12-2024-2-1-7-26.
3. В Забайкалье начали писать название региона с буквой Z для поддержки спецоперации // Сиб.ФМ // <https://sib.fm/news/2022/03/03/v-zabajkale-nachali-pisat-nazvanie-regiona-z-dlya-podderzhki-spetsoperatsii>.
4. Глава Кузбасса «переименовал» регион в КуЗбасс // Лента.РУ // <https://lenta.ru/news/2022/03/02/kuzzbass/>.
5. **Евгеньева Т.В., Селезнева А.В.** Советское прошлое в ценностном и образно-символическом пространстве российской идентичности // Полис. Политические исследования. 2016. № 3. <https://doi.org/10.17976/jpps/2016.03.04>.
6. Идентичность: личность, общество, политика. Новые контуры исследовательского поля / отв. ред. И.С. Семенов; ИМЭМО РАН. Москва: Весь мир, 2023.
7. **Киреева И.В., Куква Е.С., Шадже А.Ю.** Брендинг регионов в укреплении российской национальной идентичности: эмпирический вызов и экспертный ответ // Вестник Института социологии. 2024. Том 15. № 1. DOI: <https://doi.org/10.19181/vis.2024.15.1.5>. EDN: UNQHQV.
8. **Кулаков С.В.** Территориальный брендинг как инструмент формирования позитивной региональной политической идентичности // PolitBook. 2019. № 1.
9. Огромная буква Z появилась на здании правительства НСО – ранее такую же заметили на фасаде Заксобрания // Новости Новосибирска // <https://ngs.ru/text/gorod/2022/03/05/70488434/>.
10. **Рязанцев А.А.** Политика памяти в легитимации власти постсоветских государств в контексте основных научных теорий // Среднерусский вестник

- общественных наук. 2024. № 19 (3). <https://doi.org/10.22394/2071-2367-2024-19-3-137-154> (EDN: ELGPMB).
11. **Соловьев А.И.** Доктринальная символизация и политическое просторечие нарративов: что меняется в публичном поле? // Полис. Политические исследования. 2025. № 1. <https://doi.org/10.17976/jpps/2025.01.06>.
 12. **Agrba A.** The Prospects for the Development of Territorial Branding in the Context of the Experience Economy // Galactica Media: Journal of Media Studies. 2024. № 6 (2). <https://doi.org/10.46539/gmd.v6i2.441>.
 13. **Brysk Alison.** «Hearts and Minds»: Bringing Symbolic Politics Back In // Polity. 1995. № 27. <https://doi.org/10.2307/3234960>.
 14. **Edelman Murray J.** Politics as Symbolic Action: Mass Arousal and Quiescence. New York: Academic Press, 1971.
 15. **Hendrickx J., Pakvis M.** News Content Analyses in the 21st Century A Structured Literature Review. Media & Journalism. 2022. 10.14195/2183-5462_41_7.
 16. **Hilmar T.** Signifying the present in links to the past: memory organizations react to the February 24, 2022, Russian full-scale invasion of Ukraine. Am J Cult Sociol. 2025. <https://doi.org/10.1057/s41290-025-00267-7>.
 17. **Lovejoy J., Watson B., Lacy S., Riffe D.** Three Decades of Reliability in Communication Content Analyses: Reporting of Reliability Statistics and Coefficient Levels in Three Top Journals. Journalism & Mass Communication Quarterly. 2016. 93. 10.1177/1077699016644558.
 18. **Riffe D., Lacy S., Watson B., Fico F.** Analyzing Media Messages: Using Quantitative Content Analysis in Research. 2019. 10.4324/9780429464287.

A. POPADIN

Postgraduate student of the Political Analysis
 Department of the Faculty of Public Administration of Moscow
 State University named after M.V. Lomonosov,
 Moscow, Russia
 SPIN-code: 5210-9086
 ORCID ID: 0000-0002-8870-5480

SYMBOLIC MILITARIZATION INDEX OF RUSSIA'S REGIONS: THE CASE OF THE «Z» AND «V» SYMBOLS

The article assesses the scale and depth of symbolic militarization across Russia's regions in 2022-2025. The aim is to examine not only the spread of military symbols but the extent to which they are embedded in everyday institutions and regional identity. Using data for 89 regions, we compute a Symbolic Militarization Index (SMI) as the sum of five indicators – rebranding; public space; education/upbringing; commemorations/campaigns; official communication – each scored 0-2 (maximum 10). Standardized coding, descriptive statistics, and clustering are applied.

Key practical findings are as follows. First, the baseline ritual-communication layer (campaigns, official rhetoric, and urban visual environment) has become an administrative norm; simply adding more campaigns yields minimal returns. Second, cross-regional differences are driven by the depth of embedding – through visual identity (rebranding) and education (regular formats in schools) – where sustained practices make the decisive contribution. Third, two operative configurations emerge: a ritual-communication model (high visibility without changes to the core regional brand) and an integrative model (rebranding plus systematic educational work), the latter providing the greatest durability. Fourth, weak links – gaps in public-space programming or unstable official communication – disproportionately depress outcomes and are not offset by the sheer number of events. Overall, the SMI functions as a measure of the depth of institutionalization of symbols within the political landscape: to strengthen it, work on identity and educational contours is more effective than multiplying campaigns; to demilitarize the symbolic field, revisit brand elements and soften rigid school practices. The results are suitable for monitoring, benchmarking, and gap audits aligned with budgets and KPIs.

Key words: symbolic politics, federalism, regional identity, memory politics, rebranding, militarization of symbols.