

веку предлагается жизнь как погоня за чередующимися модой стереотипами, которые так или иначе способствуют потреблению, удовольствиям, но препятствуют самоосмыслению себя самого и своего места в мире.

Но если отсутствует истина, то различные вариации порождают симулякры. Например, идентифицируя себя с определенной нацией, человек стремится найти «корни», т.к. в этом случае его идентификация будет иметь осмысленной, по крайней мере, видимость истинности рождается при воспроизводстве архаики, или следовании традиции, которая существует в новых условиях. Его стремление осуществляется в изучении истории или поиске своих генеалогических корней. Но если задаться вопросом о том, что же сокрыто под понятием «русский человек», то содержание, вкладываемое в него, может быть различным, как и в другие понятия связанные с национальным самоопределением. В условиях однополярной глобализации осуществляется однонаправленная интеграция культуры. Русская культура, оказывается подверженной влиянию со стороны американской и проамериканской культуры. Но теперь этот процесс становится более закамуфлированным чем, ранее, т.к. создается новый культурный продукт на российской почве, но по аналогам американской культуры. Соответственно, транслируются ценности, стили, образ жизни и т.п. иной культуры, но подводимой под понятие «русской». И в этих условиях идентифицируя себя с «русским», человек в действительности оживляет очередной симулякр. Также любое углубление в историю в попытках отыскать истину там ставит вопрос о позиции самого исследователя, которая и определяет видение какой-либо национальной истории. Попытка воссоздания культуры прошлого (что сейчас так модно в ряде европейских стран) не имеет ничего общего с подлинной реальностью. Таким образом, исторический поиск также не дает возможности найти подлинный оригинал, позволяющий осмысленную идентификацию. Такого рода симулякры – незаметная глобализация, сопровождающаяся стиранием национальной идентичности. И это у многих вызывает протест, тем более что пока еще не подобраны «ключики» к русской психике.

Подобная ситуация формируется массовой культурой. Современное общество потребления, ориентированное на индивидуальные различия человека, вынуждено эти различия формировать. Таким образом, с помощью ярких, стереотипных образов, транслируемых средствами массовой информации, даются варианты для идентификации. Они канализируют наше восприятие мира и самих себя, между тем, нужны другие шаблоны, которые бы не тормозили бы, а раскрепощали, не пародировали, а оживляли бы национальные и групповые мотивы и символы. Такого рода технология позволяет проводить политику идентификации иного, нежели, господствующая сейчас на нашем экране. Так можно зафиксировать некую виртуальную войну шаблонов, которая пока еще идет на экранах, и в головах зрителей и читателей. И если не будет выработана тактика и стратегия сопротивления, то победа проамериканского шаблона predetermined.

Корепанов Г. С., г. Тюмень.

ИДЕНТИЧНОСТЬ РЕГИОНАЛЬНОГО СУБЪЕКТА

Региональная идентичность – это переживаемые и осознаваемые смыслы и ценности той или иной системы локальной общности, формирующие "практическое чувство" (самосознание) территориальной принадлежности индивида и группы. Вопрос региональной идентичности для них является по сути дела вопросом смысложизненным. Так, для типично русского населения *региональная идентификация* определялась, как правило, не столько чисто его национальной (русский), сколько его территориальной при-

надлежностью, придающей в собственных глазах и глазах окружающих специфические социально, психологически и культурно значимые признаки. Об этом писал ещё Питирим Сорокин, согласно которому «из всех связей, которые соединяют людей между собой, *связи по местности* являются самыми сильными. Одно и то же местожительство порождает в людях общность стремлений и интересов. Сходство в образе жизни, семейные связи, товарищеские отношения, созданные еще с детства, придают им общий характер, создающий живую связь ... В итоге образуется группа, отмеченная колоритом данного места. Таковы в России типы “ярославца”, “помора”, “сибиряка” и т.п.» [1, С. 210, 213]. Помогая ответить на вопрос «к чему я принадлежу?», идентификация с данной территориальной общностью и обстоятельства его социальной жизни приобретают для индивида глубокий личностный смысл. Выделяют две составляющих региональной идентичности: объективную и субъективную. В *объективном плане* региональная идентичность часто выступает как процесс интерпретации региональной уникальности, когда данный регион становится институционализированным в определенном виде сообщества. Этот процесс обусловлен и поддерживается дискурсивными практиками и ритуалами и состоит из производства региональных границ, системы символов, смыслов и институтов. Акцент делается на объединении людей по региональному признаку для выражения своих региональных (локальных) интересов в тех или иных сообществах вне прямой связи с территориальным делением. Возникает *сообщественный эффект*, что в свою очередь означает, что сообщество существует, оно обретает политическую субъектность, происходит его активизация и актуализация в политическом и в социально-экономическом пространстве. В *субъективном плане* региональная идентичность выступает как осознание интересов, индивидуальных когнитивных механизмов, мотивации индивидом, которые лежат в основе формирования межличностных связей; групповых и межгрупповых феноменов в терминах их преимущественного порождения коллективным региональным сознанием. Обратим внимание на тот факт, что понимание идентичности как категории, обозначающей переход объективности в субъективность и наоборот, субъективного в объективное – важный методологический момент также и для определения категории экономико-социологического регионального интереса; причём такой интерес может рассматриваться именно как основание для перехода от осознания к действию. Помогая ответить на вопрос «к чему я принадлежу?», региональная идентичность позволяет индивиду ощущать себя частью общности, фиксируя при этом его особый интерес и выступая фактором, объединяющим его в соответствующую коллективность. В этом отношении региональная идентичность представляется как социальное отождествление: как “Я – член территориальной общности” [3, С.94]. Использование данного подхода позволяет рассматривать территорию не только как жизнедеятельность сообщества, но и как жизнедеятельность элиты, которые выступают от имени сообществ, представляя в той или иной степени их интересы. Имеется глубокая связь между региональной идентичностью и региональным интересом, особенно в политическом смысле. Региональный (локальный) политический интерес в своём «чистом виде» может представлять собой синтез разнообразных интересов местного сообщества, происходящий под воздействием сугубо местных, уникальных условий. Этот интерес основан «на развитой региональной идентичности, не имеющей этнического или даже субэтнического характера и связанной только с «чувством места», которое, на взгляд членов сообщества, нуждается в поддержке, защите. Особенностью регионального интереса является его уникальность, несводимость к простой сумме тех или иных интересов нерегионального происхождения. Конкретные составляющие регионального интереса в то же время имеют как духовный (идеальный) (защита местных культур-

ных особенностей), так и материальный (экономические требования) характер. Одной из составляющих региональной идентичности может быть борьба за политический статус региона как условие реализации духовных или материальных потребностей местной элиты.

На наш взгляд, парадигма экономической социологии позволяет измерять, следовательно, прогнозировать в развитом локальном сообществе «первичные элементы» идентичности как: социально-экономические, и символические (духовные), и морально-нравственные, а не только «чисто политические» или «чисто экономические» детерминанты её развития.

Так, особенности тюменской региональной идентичности заключаются в том, что она амбивалентна: опросы показали исключительную сложность, многоуровневость и многозначность идентификации себя частью населения в разном качестве: согласно одной точке зрения, Тюменский регион (а также и те жители, которые идентифицируют себя с ним) – это нефтяная и газовая столица Российской державы, согласно другой точке зрения – это колония, эксплуатируемая центром. Однако жизнь людей, населяющих тюменскую землю, их «коллективное региональное Я» – намного шире и глубже этой «ресурсной парадигмы». По выражению губернатора Тюменской области В. Якушева, для России Тюмень – это и столица нефтегазового региона, и её нефтяной символ, и мировой брэнд [4, С.94], а не только, допустим, политическая составляющая социальной идентичности тюменцев.

Сегодня осуществляется программа «Сотрудничество», работающая в трёх субъектах Федерации Тюменской области. Уникальность состоит в том, что этот мега-проект призван сохранять и политическое, и экономическое, и социальное равновесие на всей территории Тюменской области как сложно-составного субъекта Российской Федерации. Подобных проектов экономико-социальной интеграции в сложносоставных российских регионах до сих пор не было. И хотя взаимоотношения северных округов и юга Тюменской области остаются непростыми, чреваты противостояниями по различным региональным интересам, тем не менее, взаимно выгодный консенсус находится. Реализация программы «Сотрудничество» привела к мощному синергетическому эффекту во всём Тюменском регионе, одновременно усилив позитивное действие соединения ресурсов различных территорий, минимизировав, насколько это возможно, негативные эффекты. Губернатор Тюменской области В. Якушев в это контексте пишет: «Интересы – двусторонние, сегодня никто не претендует на главенство. Есть понимание, что мы друг другу необходимы. Надо просто нормально двигаться, нормально сотрудничать. А кто старше, кто главнее – надо выносить за скобки» [4, С.365].

Данная концепция лежит в основе и региональной идентичности и регионального интереса Тюменской области.

Переходя от методологически-теоретических рассуждений и разработке аналитических категорий региональной идентичности к их содержательной «наполняемости» и привязке к конкретным явлениям, автор представляет здесь некоторые социологические данные – результаты эмпирических исследований, непосредственно связанных с заявленной проблематикой.

Рассмотрим результаты опроса жителей Тюменского региона (Тюменская область, Ханты-Мансийский – Югра (ХМАО) и Ямало-Ненецкий (ЯНАО) автономные округа) [5, С.6]. Отметим, что хотя концепция инструментария исследования была основана на парадигме антропосоциального подхода Н.И. Лапина, тем не менее, в ней были включены вопросы, характеризующие степень идентификации населения («свое – чужое») с социально-территориальными структурами: поселение (городское, сельское);

административный район, его поселение-центр; регион, его город-центр; и в опросе выяснялось, какие из этих структур действительно являются социальными общностями, лично значимыми для жителей региона («свое»), а из них какие функционируют как необходимые формализованные системы, далекие от личности («чужое»).

Рассмотрим, каковы особенности самоидентификаций и идентичностей российских граждан как жителей России и тюменцев как жителей Тюменского региона. Коэффициент-измеритель региональной идентичности (Крег) находим как отношение доли тех, кто относится к региону (поселению) как к своему к доле тех, кто относится как к чужому. Далее поселения ранжируются по модулю полученного значения, находится стандартное отклонение данной величины по каждому поселению, региону в целом. Отметим важный для нас в методологическом плане факт – наибольший разброс в разрезе поселений имеет самоидентификация «свой-чужой» по отношению к областному центру (стандартное отклонение 0,22), а наименьший разброс – самоидентификация по отношению к поселению (стандартное отклонение 0,14). В среднем по региону наиболее высокий уровень имеет показатель поселенческой близости (0,53) и региональной рефлексии (0,54); наиболее низкий – близости с жителями столицы России г.Москва (-0,51). То есть тех, кто считает жителей г.Москва «чужими» на 51% больше чем тех, кто считает москвичей «своими». Поселения отличаются главным образом по отношению к областной столице и жителям всей области. Можно сделать вывод – что региональная самоидентификация и региональная рефлексия есть основание для возникновения конфликта. На ментальности жителей региона отразился длительный конфликт между тремя субъектами федерации, глубокие причины которого были заложены в самой российской конституции. К сожалению, действующие в последнее время весьма успешные и полезные программы, такие как «Сотрудничество», «Урал промышленный – Урал поллярный», снизили напряженность, но не сняли основание для нее. Заметно, что на юге области заметно выше уровень рефлексии по отношению к региону и ниже – по отношению к Москве, России (табл. 1).

Таблица 1

Уровень рефлексии и самоидентификации регионального субъекта как разность (+) и (-) ответов в общем количестве ответов по данному региону

Уровень Крег	реф-лексии	самоидентификации (круги близости «свое» - «чужое») Жители					
		поселе-ния, в котором я живу	об-ласт-ного цен-тра	всей моей об-ласти	Моск-вы сто-лицы России	всей Рос-сии	всей Зем-ли
Регион	Какие чувства ... региону						
Юг ТО	0,62	0,55	0,16	-0,06	-0,55	-0,33	-
ХМАО	0,49	0,50	0,01	-0,19	-0,52	-0,29	0,33
ЯНАО	0,48	0,55	0,01	-0,13	-0,44	-0,24	0,26
В среднем по об-ласти	0,54	0,53	0,07	-0,12	-0,51	-0,29	0,34
Стандартное от-клонение	0,06	0,02	0,07	0,04	0,04	0,03	0,05

В северных округах примерно равна доля тех, кто считает своими или чужими жителей областного центра (разница 1%) и на 19% или 13% выше доля тех, кто считает жителей всей области чужими в ХМАО или ЯНАО соответственно. При этом на 52% ХМАО и на 44% больше тех, кто считает «чужими» жителей Москвы. Отметим, что напряжение, создаваемое вялотекущими процессами в регионе привели к тому, что глобальная и всероссийская близость ощущается субъектами менее остро. Тест Хи-квадрат на значимость различий показывает, что в разрезе поселений все различия значимы, максимальны различия в оценке близости населения с жителями Москвы и областного центра и минимальны – внутрипоселенческие. Анализ теста Хи-квадрат в разрезе регионов (юг области, ХМАО, ЯНАО) подтверждает, что практически нет отличий между регионами в оценке близости в поселенческом и всероссийском масштабе, и наиболее велики эти различия между регионами в оценке близости с жителями Москвы и областного центра.

ПРИМЕЧАНИЯ:

1. Сорокин П. Система социологии. В 2-х томах. Т.2. М., 1993.
2. См.: Интервью с Андреем Здравомысловым // Экономическая социология. Т. 9. №1. Январь 2008. С. 12.
3. Шматко Н.А., Качанов Ю.Л. Территориальная идентичность как предмет социологического исследования // Социологические исследования. 1998. №4.
4. Якушев В. Сердце Тюмени // Тюмень: старт века. – Тюмень: Тюменский дом печати – 2006.
5. Социологический портрет Тюменского региона. – Тюмень. Тюменская областная Дума. 2007.

Семенова Ю.А., г. Екатеринбург

ГРАЖДАНСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ЗАДАЧА ДЛЯ РОССИЙСКОГО ОБЩЕСТВА

Сегодня в условиях становления многомерного и многоуровневого социального мира, целостного в одном измерении и мозаичного – в другом, усиливается «проблема непрерывности среди очевидных изменений и единства среди очевидного разнообразия» [1], иначе – проблема идентичности – как на уровне личности, так и на уровне конкретного общества.

Идентичность на макроуровне представляет собой сочетание идентификаций (соотнесений) индивида с общностями самого различного типа (от профессиональной группы до гражданского общества). Идентичность включает в себя не только представление человека о своей принадлежности к той или иной общности, но и принятие в качестве собственных ценностей, установок и поведенческих моделей, характерных для данной общности. Э. Эриксон определил групповую идентичность как «основные способы организации опыта, характерные для данной группы» [2]. Эти формы организации социального опыта и социальной практики не статичны. Нельзя раз и навсегда обрести идентичность. Идентичность нужно поддерживать, актуализировать, иначе она утрачивается. Идентичность любого общества – это не свойство, не набор неизменных характеристик, но всегда – проект, содержащий представление о том, «какими мы будем и какими мы хотим быть» [3].

Следует особо отметить, что идентичность (как на индивидуальном, так и на коллективном уровне) формируется в процессе социального взаимодействия, конструируется в пространстве социума. Как отмечает исследователь Г. Миненков, идентичности на макроуровне, «представляют собой конструкты, которые обозначают не что иное, как общность, которая еще должна конкретно проявиться в практическом отношении к себе и миру» [4]. Идентичность утверждается лишь в соответствии, она появляется тогда,