А.А. Тюплин

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ФАКТОР ГЛОКАЛИЗАЦИИ

Территориальная идентичность, на наш взгляд, конструируется в процессе коммуникаций, локализованных в пространстве, а процесс ее становления следует рассматривать как один из механизмов освоения социальной реальности и социальных полей территориального пространства. Территориальная идентичность может быть определена как состояние соотнесения личности с территориальным социумом и определенными социальными группами, имеющими желание и потребность участия в территориальных взаимодействиях, связывающими свое настоящее и будущее с развитием данной территории. Таким образом, территориальная идентичность, находя свое выражение в территориальном поведении*, «является разновидностью групповой принадлежности, при которой субъект через конструирование социальной реальности сам осознает такую принадлежность к определенному региону и руководствуется ею в своем поведении как типичной необходимой практикой»[1].

Важнейшей составляющей территориальной идентичности выступает рефлексия территории в сознании индивида и общности, так как главными причинами совместного бытия являются человеческое стремление к осмыслению собственного социального мира и закономерная когнитивная потребность в порядке, предсказуемости и стабильности. Через рефлексию территории люди конструируют собственные интерпретации внешнего мира и формируют модели поведения, принятые на «малой родине». В территориальной идентичности сочетаются «аспекты собственно пространства… и аспекты внутренней энергетики, «силы» идентичности… идентичность – это «воля к жизни и развитию на данной территории»… это способность к социокультурной, гражданской и экономической активности»[2].

* Одна из первых попыток концептуализации понятия «территориальное поведение» в современной российской социологии была предпринята И.П. Рязанцевым и А.Ю. Завалишиным в монографии Территориальное поведение россиян: (Историко-социологический анализ). М., 2006.

[1] *Дроздова Ю.А.* Коммуникативные аспекты региональной идентичности: управленческо-социологический анализ. М., 2006. С.14.

[2] *Крылов М.* Российская региональная идентичность как фокус социокультурной ситуации: (На примере европейской России) // Логос. 2005. № 1 (46). С. 275–276.

В России центр и регионы не имели сопоставимого влияния на развитие общества и экономики. Развитие региональных требований связано с консолидацией по территориальному признаку, обусловлено частными, дифференцированными интересами и «горизонтальными» связями. Артикуляция особых региональных интересов в России – явление достаточно новое, в явной форме проявившееся в конце прошлого века. Также следует отметить влияние размерности территории на дифференциацию региональных интересов и их обособление от общенационального интереса. На удаленных друг от друга территориях, существующих в условиях коммуникационного разрыва, складывается своя идентичность. В целом для России характерно крайне неравномерное развитие территориальной идентичности и связанных с ней частных территориальных интересов.

Российская территориальная идентичность имеет свою специфику в отличие от европейской. «В плотном европейском пространстве исторические границы оказались более четко выраженными, как и связанная с ними региональная идентичность. Наш пространственный парадокс состоит в том, что в большом неплотном пространстве развивается скорее локальная идентичность»[1]. При ответе на вопрос: «Чувствуете ли вы себя европейцем?» – только 21% россиян ответили положительно, 71% выбрали ответ «нет». Причем три четверти из них считают, что Россия – это особое государство с особым путем развития. Большинство опрошенных идентифицируют себя с локальной территорией – местом непосредственного проживания.

Можно выделить три уровня территориальной идентичности в современной России:

1) макрорегиональная идентичность (например, сибирская, уральская);

2) региональная идентичность – связана с территориальным государственным устройством и привязана к субъектам Федерации;

3) локальная идентичность – связана с типом поселения (город, село) и наиболее ярко выражена в условиях коммуникационного разрыва.

Территориальная идентичность в России устроена по принципу матрешки и в разной степени выражена на разных территориях. То, какой уровень территориальной идентичности лучше выражен на конкретной территории, зависит от ее истории и коммуникационного единства. Но в целом большое и неплотное пространство располагает к развитию локальной идентичности, объединяющей жителей

[1] *Туровский Р.* Бремя пространства как политическая проблема России // Логос. 2005. №1 (46). С. 134.

тех территорий, которые отличаются относительным единством, а это, как правило, город и прилегающие к нему районы.

Проведенный экспертный опрос (при участии автора)* позволяет наполнить теоретические рассуждения следующим фактическим содержанием. Локальная территориальная идентичность занимает достаточно высокую позицию, не уступая общероссийской: 47,6% респондентов в первую очередь сознают себя россиянами; 42,86 – жителями своего города; 4,76% – жителями области. Кроме этого, высокий суммарный процент респондентов, ассоциирующих понятие «Родина» с определенным местом проживания, свидетельствует о территориальной идентичности как фундаментальной в структуре идентификационной матрицы человека.

Конструирование территориальной идентичности происходит под влиянием исторической памяти и обусловлено, прежде всего, деятельностью градообразующего предприятия, а также информационной политикой органов местного самоуправления и индивидуальными коммуникативными практиками.

Одним из важных идентифицирующих факторов, конструирующих смысл территориальной идентичности, является местная символика, которая обеспечивает универсальные средства коммуникации внутри территориальной общности, объективирует ее эмоциональное восприятие и обладает способностью обеспечивать мотивацию совместных действий. Интегральным показателем являются символы, которые выбрали респонденты Челябинской и Свердловской областей:

– образ крупного промышленного города, «танкоград», губернатор П.И. Сумин, герб города (жители Челябинска);

– Магнитогорский металлургический комбинат, хоккейная команда «Металлург», памятник первостроителям Магнитки, памятник «Тыл – фронту» (жители Магнитогорска);

– железная дорога, таможня (жители Карталы);

– крупный промышленный и культурный центр, третья столица страны, граница Европы и Азии, место расстрела царской семьи, Б.Н. Ельцин (жители Екатеринбурга);

– стальное сердце Среднего Урала, место проведения международных выставок вооружений (жители Нижнего Тагила);

– трубопрокатное производство (жители Первоуральска);

– черная и цветная металлургия, демидовский завод (жители Ревды).

---

* Опрос проводился в феврале–марте 2007 г. Центром изучения социально-экономических проблем социологического факультета МГУ им. М.В. Ломоносова совместно с Центром прикладных социальных исследований Магнитогорского государственного университета в Свердловской и Челябинской областях. Опрошено 63 человека.

По мнению экспертов, территориальное поведение горожан в определенной степени отличается от поведения остальных уральцев и россиян. Это связано с социально-экономическими и культурно-историческими особенностями территории. Каждая территория обладает неповторимыми количественно-качественными признаками. Тем не менее, по мнению экспертов, общим для городов Уральского федерального округа является их связь с промышленным производством («весь Урал – это сплошные заводы»). Эксперты единодушны в осознании решающей роли, которую сыграла уральская промышленность в годы Великой Отечественной войны («Урал – опорный край державы»), и уверены в том, что современное поколение уральцев достойно своих дедов и отцов («Вытянемся в нитку, не подведем Магнитку»).

Следует отметить, что локальная территориальная идентичность является результатом интернализации паттернов поведения, на формирование которых оказывает влияние конструктивистская деятельность органов местного самоуправления, а также региональных и местных СМИ. Вследствие территориальной идентификации происходит разделение социального пространства на две группы: «мы» (свои, наши – члены территориального социума) и «они» (чужие, не наши – представители других территориальных групп). Результаты исследования позволяют утверждать, что в сознании респондентов «своя группа», прежде всего, выполняет защитную функцию. «Мы» – это те, кто вызывает чувство похожести, безопасности, с кем легко найти общий язык. «Они» – неизвестны, вызывают эмоцию опасения, с ними, возможно, будет трудно найти общий язык. Таким образом, территориальная идентификация является осмысленным самоопределением населения в процессе территориальных интеракций.

По мнению экспертов, на конструирование территориальной идентичности влияет и политика федерального центра по отношению к региону и городу, в том числе информационная, проявляющаяся в содержании и характере информации о регионах в центральных СМИ.

Фактически конструирование территориальной идентичности персонифицировано, происходит в процессе межличностной и массовой коммуникации и представляет собой соотнесение индивидом ментальных установок, ценностей и символов с теми, которые предлагаются институциализированными территориальными акторами и транслируются в СМИ.

Анализ ответов экспертов позволяет утверждать, что актуализируемым смыслом социально-территориальных практик выступает консолидация территориального сообщества на основе осознания

идентичности и неизбежности совместного бытия и потребность в добрососедских и взаимовыгодных отношениях с населением других территорий.

Данные опроса показывают, что основными направлениями взаимодействия федеральных округов, субъектов Федерации и территориальных образований выступают: взаимодействие в сфере промышленности (92,86%), взаимодействие в сфере культуры, науки и образования (47,62%), взаимодействие в сфере малого и среднего бизнеса (35,71%), взаимодействие в сфере спорта и туризма (33,33%). В то же время личное взаимодействие респондентов с другими федеральными округами представлено, прежде всего, контактами с родственниками и друзьями (63,41%), командировками по работе или учебе (41,46%), путешествиями, туризмом (31,71%) и только в последнюю очередь деловыми контактами и совместным бизнесом (7,32%). В основном контакты опрошенных ограничены Уральским (52,38%) и Центральным (45,24%) федеральными округами.

Большинство (59,5%) респондентов считают, что качество жизни в Уральском федеральном округе за последние два года улучшилось, а уровень жизни соответствует уровню других федеральных округов. Кроме этого 60,98% опрошенных утверждают, что уровень жизни в городе, в котором они проживают, соответствует уровню жизни в УрФО, а качество жизни в городе и качество собственной жизни за последние два года немного улучшилось. При этом среди экспертов, представляющих Екатеринбург, Челябинск и Магнитогорск, преобладает уверенность в том, что уровень жизни в этих городах выше уровня УрФО. Следует также отметить, что если в целом эксперты считают, что черта бедности в городе их проживания проходит на уровне 2000 руб., то эксперты Екатеринбурга, Челябинска и Магнитогорска указывают сумму от 3000 до 6000 руб.

Изменения в жизни города в лучшую сторону связываются экспертами с повышением уровня благосостояния, развитием производства, транспорта и торговли, улучшением внешнего облика города. Изменения в худшую сторону обусловлены, по мнению экспертов, снижением бюджетной поддержки образовательных и медицинских учреждений, удорожанием недвижимости и коммунальных услуг, плохой экологической обстановкой, транспортными проблемами, снижением свободного обмена информацией, снижением качества образования.

Актуальными для города проживания проблемами эксперты считают (в порядке убывания значимости): экологическую ситуацию, жилищный вопрос, коммунальные услуги, здравоохранение, низкую заработную плату, коррупцию, преступность, демографическую ситуацию, трудовую занятость, миграцию, образование.

Наиболее актуальными для городов УрФО эксперты считают экологическую (70,27%) и жилищную (47,5%) проблемы. Решению экологической проблемы, по их мнению, будут способствовать следующие факторы:

– ужесточение государственного контроля и законодательства;

– жесткий контроль местных властей за деятельностью промышленных предприятий;

– координация совместных, однонаправленных усилий центра, региона и города;

– инвестиции в природоохранную деятельность;

– гласность по вопросу экологической безопасности, открытое обсуждение экологических проблем в СМИ;

– выведение промышленных предприятий за пределы города;

– строительство объездных дорог, очистных сооружений, внедрение современных промышленных технологий.

Затрудняют решение экологической проблемы, по мнению экспертов:

– отсутствие политической воли;

– нежелание местных властей систематически и основательно заниматься проблемами в сфере экологии»;

– низкий уровень экологического сознания и экологической культуры.

Решению жилищной проблемы, по мнению экспертов, будут способствовать такие факторы, как:

– увеличение сроков и снижение процента ипотечного кредитования;

– повышение зарплаты;

– контроль за деятельностью риэлтеров;

– строительств доступного жилья.

Затрудняют же решение жилищной проблемы, на взгляд экспертов:

– отсутствие социальной ответственности застройщиков;

– несовершенная программа ипотечного кредитования;

– необоснованно завышенная стоимость квадратного метра жилья;

– невысокие доходы населения.

Следует отметить, что, по мнению экспертов, одним из вызовов российским территориям является глобализация. Проявления глобализации на уровне города проживания фиксируются респондентами в сфере производства товаров и услуг (внедрение международных стандартов качества и сертификации, взаимодействие с партнерами, образование холдингов, иностранные инвестиции в промышленность, выход наших предприятий на мировые рынки); в сфере торгов-

ли (экспансия международных, федеральных и региональных торговых сетей, закрытие мелких торговых точек, уличной торговли и увеличение количества супермаркетов и гипермаркетов, сетевой маркетинг, широкое предложение товаров мировых брендов), в сфере потребления (доступность заграничного отдыха, образования, Интернет, ориентация на западные стандарты качественного потребления, предпочтение потребления товаров мировых брендов, пластиковые банковские и дисконтные карты).

Глобализация формирует типовую модель экономического поведения и стирает территориальные различия. В наибольшей степени подвержены глобализации те «измерения экономики, в которых преобладает символическое опосредование отношений – финансовый рынок и потребление, движимое принципами консюмеризма»[1]. В меньшей степени глобализированы и имеют тенденцию к локализации социальных отношений производство товаров и рынок труда: «производство товаров предполагает концентрацию в одном месте рабочей силы, капитала, сырья; взаимодействие в режиме «лицом к лицу» при управлении процессами труда и при оказании услуг»[2].

По мнению большинства экспертов, следует рационально относиться к глобализационным процессам, не допускать уничтожения территориальной уникальности. Сохранить территориальную социокультурную и социоэкономическую самобытность способно градообразующее предприятие, менеджмент которого понимает свою ответственность перед местным населением и своей деятельностью обеспечивает баланс между глобальностью и локальностью, территориальным и детерриториализованным.

Локальная территориальная идентичность, на наш взгляд, выступает важным фактором глокализации, фактором устойчивого и поступательного развития данной территории и государства в целом. Территориальная идентичность как субъективная составляющая территориального поведения, во-первых, обеспечивает возможность самореализации человека в данном пространстве и времени; во-вторых, повышает уровень взаимозависимости и, следовательно, укрепляет социально-территориальные связи и отношения; в-третьих, способствует сохранению территориальной общности через воспроизведение паттернов поведения, в том числе в экономической сфере.

---

[1] *Уотерс М.* Глобализация. М., 1999. С. 89–90.

[1] *Халиков, М.С.* Социологические взгляды на глобализационные процессы / М.С. Халиков, В.А. Конецкий // Вестн. МГУ. Сер. 18: Социология и политология. 2006. № 4. С 73.