

Copyright © 2017 by the Kalmyk Scientific Center of the Russian Academy of Sciences



Published in the Russian Federation
Bulletin of the Kalmyk Institute for Humanities
of the Russian Academy of Sciences
Has been issued since 2008
ISSN: 2075-7794; E-ISSN: 2410-7670
Vol. 29, Is. 1, pp. 84–94, 2017
DOI 10.22162/2075-7794-2017-29-1-84-94
Journal homepage: <http://kigiran.com/pubs/vestnik>

UDC 316.3

An Insight into Regional Identity: Sociological Research Program Revisited

Guzel I. Makarova ¹

¹ Ph. D. in Sociology (Doct. of Sociological Sc.), Associate Professor, Leading Research Associate, Department of Ethnological Studies, Marjani Institute of History, Tatarstan Academy of Sciences (Kazan, Russian Federation) E-mail: makarova_guzel@mail.ru.

Abstract

The article summarizes theoretical materials accumulated by researchers and clarifies the author's interpretation of the term 'regional identity' which is necessary for the development of programs and technologies of mass survey of Tatarstan's population. The paper analyzes the components of regional identity, factors and methods of formation as well as relations with other identities.

There are several approaches to understanding a region: 1) a geographical one, i.e. a region is considered as part of the Earth's surface with definite physical and geographical boundaries. Some authors point out the importance of unity in these terms; 2) an ethnographic one, i. e. regional division is connected with the specificity of economic and cultural landscape, language and ethnic structure of the population caused by certain geographical peculiarities; 3) a political one, i.e. the concept of 'region' is used to denote a unit of administrative-territorial structure of the state; 4) a sociological one, i.e. a region is equal to the society established within the area.

There are two basic approaches to the 'nature' of regional identity: the first one is objectivistic, i. e. identity is understood as a reflection of the objectively existing socio-territorial structures and social community. The second one is subjectivistic, i. e. identity is treated as a unity constructed during social interactions with the special role of elites. It is Berger and Luckmann's 'moderate' constructivism coupled with Bourdieu's integrative theory that most suitably corresponds to studies of the republic and identicalness of the population with it in the context of ethnocultural branding of the territory. Some provisions developed in the sociology of space by Simmel — since the specificity of the studied identity is associated with a particular area — are as important.

The analysis of the works showed that those are territorial unity, definite boundaries (in particular, the political-administrative ones), community of economic interests and historical past that serve as the main prerequisites for the formation of regional identity. Ethnic specificity of the region, level of social and economic development, a particular geographical location, stability of administrative boundaries and existence of a 'central' city are factors that enhance the significance of feelings and awareness of socially-territorial community of people. Constructivists emphasize the importance of activities and consolidation of the elites and their abilities to express the moods of the masses, favorably represent the territory outside and be aware of their consolidation role. Researchers have identified some constructing

techniques: development and consolidation of symbols of a territory, representation of its ethno-cultural images and history, their consolidation through regional branding activities and implementation of mega-projects. At the same time, despite the fact that there are a number of scientific works about regional branding and regional identity, the question of relationships and the simultaneous development of this phenomenon especially on the empirical sociological material still remains understudied.

Regional identity is constructed in interaction with state-civil, ethnic, global and local identities and is largely determined by relationships of the region with central authorities, other regions and most significant international socio-political subjects.

Keywords: regional identity, region, ethno-cultural image, territory branding, power and symbolic elites, ethnic identity, state-civil identity, Tatarstan.

Введение

Уже более двадцати лет проблема региональной идентичности привлекает внимание российских исследователей. Она приобрела актуальность в постсоветский период, когда субъекты РФ начали заявлять о своей относительной самостоятельности от центра и конструировать новые солидарности. Иные ракурсы открылись в последние годы в связи с ростом взаимной конкуренции регионов страны. Цель статьи — обобщить теоретический материал, наработанный учеными по данной теме, и уточнить собственную трактовку региональной идентичности, выяснить ее составляющие и факторы формирования, соотношение с государственно-гражданской, локальной и этнической идентичностями. Она стала результатом работы по программе социологического исследования, направленного на изучение складывающегося у населения Татарстана образа региона, чувства и осознания тождественности с ним в контексте деятельности элит по его этнокультурному брендингованию.

Регион как объект научного исследования

Регион является объектом изучения ряда наук. Первыми к нему обратились географы, понимающие его как часть земной поверхности, определенную физико-географическими рубежами. Экономгеографы (Э. Б. Алаев, А. А. Долинини др.) трактуют регион как территорию с заданным географическим положением и природно-ресурсным потенциалом. В то же время отдельные представители названных наук (Д. Харви и Э. Соджи, Л. В. Смирнягин, Д. Н. Замятин и др.) подчеркивают важность рассмотрения складывающейся на ней общности. Экономисты, определяя ре-

гион как часть земельного пространства со свойствами ему особенностями развития производительных сил, тоже обращают внимание на формирующуюся здесь систему социально-экономических отношений (Н. В. Зубаревич и др.).

В политических науках понятие «регион» обычно употребляется в значении «одной из единиц территориальной структуры национального государства» [Бусыгина 2006: 9]. Для этнологов региональное деление связано с «ареалом расселения этнических общностей» [Тишков 2012: 7–8], обладающих отличительной культурой. Особенность же социологического подхода в том, что здесь регион чаще отождествляется со сложившимся на территории социумом (Н. А. Аитов, В. И. Сигов, Б. С. Хорев и др.).

Региональная идентичность в социологической традиции

Уже само понимание региона как социально-территориальной общности предполагает «рефлексию территории и ее свойств» [Лысенко 2006] и осознание ее членами своей принадлежности к сложившемуся здесь социуму, чувство тождественности с ним, т. е. региональную идентичность. Ее природа, в зависимости от теоретико-методологического подхода исследователей, трактуется по-разному. Если объективистски ориентированные ученые (Т. И. Заславская и др.) считают, что эта идентичность «складывается в сознании граждан стихийно, под действием особенностей среды обитания и событий общей истории» [Смирнягин 2011: 183], конструктивистски мыслящие авторы (В. А. Тишков, Е. И. Филиппова, В. Гельман и др.) концентрируют внимание на изучении ее формирования в ходе «многоплановых социальных взаимодействий» [Гельман,

Хопф 2003: 9] и деятельности элит. В то же время ряд социологов стремится интегрировать названные подходы (Л. М. Дробижева, О. А. Богатова, Л. В. Сагитова и др.).

Далее, опираясь на положения ряда теорий, обозначим суть авторского подхода к пониманию региональной идентичности.

Значимые шаги к ее осмыслению были сделаны в социологии пространства Г. Зиммеля, ключевым понятием которой выступило «взаимодействие». Именно в процессе взаимодействия людей на том или ином «куске» пространства, — обобщает тезисы его концепции А. Ф. Филиппов [Филиппов 2000] — оно получает свою определенность и наполненность содержанием и смыслами. И именно в его ходе, цитирует он ученого, рождаются *«те психические силы, которые <...> удерживают вместе жителей такой области»* (курсив мой. — Г. М.).<...> Не пространство, но совершаемое душой членение и сопряжение его частей имеет общественное значение» [Филиппов 2000]. Тем самым немецкий социолог вплотную подходит нас к вопросу о региональной идентичности, важным условием, но не определяющим обстоятельством которой выступает территория.

Оптимальными для изучения региональной идентификации в контексте стратегий элит представляются теоретические подходы, разработанные П. Бергером и Т. Лукманом. Они пишут об идентичности как о «ключевом элементе субъективной реальности», детерминируемом «социальной структурой» [Бергер, Лукман 1995: 279] (в нашем случае — разделением по социально-территориальному признаку). При этом, выступая для каждого отдельного субъекта как объективные, сформировавшиеся до его «появления на сцене» [Бергер, Лукман 1995: 41], элементы этой структуры на деле создаются / воспроизводятся в ходе интеракции, благодаря механизмам социального конструирования. И хотя авторы книги не анализировали специально региональные идентичности, а регионоведами даже цитируются их строки: «Пространственная структура здесь нас мало интересует» [Бергер, Лукман 1995: 48–49], — названные положения могут служить ключом к пониманию сути процессов их возникновения и развития.

На основе принципа дополнительности могут использоваться и подходы, разработанные в интегративной теории П. Бурдьё,

согласно которой идентичности формируются в результате взаимовлияния социальных акторов (агентов) и социальных структур, которые реальны именно в силу постоянного производства и воспроизводства в сознании и практиках людей. Ученый также посвятил региональной идентичности отдельную работу, в которой вполне в конструктивистском духе рассуждал о процессах ее создания: «...Исследования „объективных“ критериев „региональной“ и „этнической“ идентичности не должны вести к забвению того, что в социальной практике эти критерии (например, язык, диалект или акцент) являются *объектами ментальных репрезентаций* (курсив мой. — Г. М.) <...>, в которые агенты инвестируют свои интересы и свои представления (курсив мой. — Г. М.)». Они одновременно являются объектами объективированных репрезентаций, выражающихся в предметах (гербы, флаги, значки и т. д.) или действиях, *меркантильных стратегиях символической манипуляции, направленных на детерминацию процесса формирования ментальных репрезентаций этих критериев идентичностей и их носителей* (курсив мой. — Г. М.)» [Бурдьё 2002: 49]. Другими словами, критерии региональной идентичности, как и этнической, хотя и кажутся объективными, на самом деле выражают также интересы и представления самих субъектов. Роль некоторых из них — представителей политической или символической власти, заинтересованных в создании / воспроизведении региональных общностей, обладающих возможностями и владеющих техниками воздействия на других, особенно велика.

Таким образом, подход П. Бурдьё открывает возможности для использования при исследовании региональной идентичности наработок, сделанных как в рамках объективистского, так и субъективистского подходов. В частности, первый из них, связанный с изучением географо-экономических и культурно-исторических характеристик территорий, поможет проанализировать происхождение идей, положенных в основу построения такого рода идентичности, и причины их притяжения либо неприятия относящими себя к соответствующей общности, поскольку «эффект, производимый объективацией в дискурсе», по замечанию П. Бурдьё, зависит от того, «в какой степени <...> члены группы признают этот дискурс и верят в него <...> от экономических и

культурных свойств, которые разделяются членами данной группы...» [Бурдые 2002: 54]. В то же время конструктивистские концепции дают наибольшие эвристические возможности для раскрытия механизмов и приемов воздействия элит на идентификацию социальных субъектов с регионом.

Предпосылки формирования региональной идентичности

Как объективистски, так и субъективистски ориентированные авторы обозначают условия или стимулы формирования региональных идентичностей. Одними они понимаются как изначальные их основания, другими — как повод, отправная точка социального конструирования.

Среди предпосылок становления чувства и осознания тождественности с регионом исследователи выделяют, прежде всего, *единство территории*. На изучении воздействия ее географических характеристик — рельефа, климата и т. д. — на жизнь субъектов, особенности их характера, обычаи и нравы, хозяйственный уклад и даже политический строй концентрировали внимание представители географической школы — Ш. Монтескье, Ф. Ратцель, Э. Рекью. Признавая в их учениях рациональное зерно, отметим, что они абсолютизировали роль данных характеристик в развитии социума.

На тот факт, что совместное проживание на одной территории ведет к складыванию соответствующих социумов, указывали Ф. Теннис, К. Бюхер, Р. Маккензи. Наиболее же глубокий, хотя и не лишенный противоречий, анализ роли пространственно-территориального момента в становлении идентичностей провел Г. Зиммель. С одной стороны, ученый, как отмечалось выше, подчеркивал, что пространство становится значимым только в ходе взаимодействия людей. С другой — оно «добавляет» форму социальным образованиям, обладая чертами уникальности и придавая «характер исключительности» [цит. по: Филиппов 2000] солидарным с ним общностям. При этом он признает, что есть виды взаимодействия, где пространственная форма наиболее важна, а социальные образования выступают как ее «наполнение», являя собой «принципиальную солидарность с пространством» [цит. по: Филиппов 2000]. И хотя ученый приводит в качестве примера такого образования государство, те же ха-

рактеристики с полным правом можно отнести и к региону.

Значимым качеством пространства является, по Зиммелю, *очерченность границами*, которые не столько определяются географическими преградами, сколько формируются усилиями людей. Субъекты в ходе совместной жизнедеятельности разграничивают, структурируют его, в результате чего привязываются к нему, иными словами, оно обретает для них «социальное значение» [цит. по: Филиппов 2000]. В свою очередь, ряд современных авторов, также понимая складывающиеся вокруг той или иной территории социальные отношения как «сложное переплетение индивидуальных жизненных пространств», концентрируют внимание как раз на изучении «личного опыта» индивидов и того, как он соединяется «с коллективным» [Филиппова 2010: 61].

Другие исследователи анализируют сами механизмы очерчивания субъектами, прежде всего политическими акторами, границ, будь то государства или образования внутри него. Возникающее в результате *государственно-административное деление* ведет, по их мнению, к генерированию соответствующих политических субнациональных (региональных) солидарностей. Это становится особенно очевидным в случае «перекраивания» ведущими властными агентами границ территорий либо их «нарезания» заново. «Еще и сегодня нередко, — пишет М. Вебер, — в сугубо искусственно ограниченных политических образованиях возникает у людей специфическое общее чувство <...> Самые схематические политические образования — например, американские «штаты», расчерченные в виде прямоугольников по параллелям, — обнаруживают высокоразвитое осознание своей особенности» [Вебер 2001: 37].

Ученые-инструменталисты, как и конструктивисты, указывают на активную роль в данном процессе политических элит. При этом они раскрывают, каким образом агенты региональной власти с целью легитимации собственной деятельности и реализации властных полномочий создают соответствующие институты — политические, правовые, образовательные, культурные, СМИ — либо используют уже сложившиеся. Данные институты становятся орудием, с помощью которого они производят нормы, правила и ограничения, задающие «стимулы для тех или иных проявлений пове-

дения индивидов и обществ», в том числе, для «проявлений идентичности» [Гельман, Хопф 2003: 12]. И даже в том случае, если элиты не ставят специальной цели формирования региональной солидарности, она становится продуктом их деятельности и начинает «транслироваться» в повседневную практику регионов [Гельман, Хопф 2003: 14], хотя часто эта солидарность является результатом осознанной «политики идентичности».

В то же время сторонники объективистской трактовки региональной идентичности, анализируя влияние на ее содержание государственно-административного деления, подчеркивают, что наличие единых органов власти, институтов, которые направляют политическое, экономическое и социокультурное развитие соответствующих территориальных единиц, не формирует, а лишь способствует закреплению исторически сложившихся общностей со свойственным им коллективным сознанием. При этом и теми, и другими из выделенных групп авторов признается, что на чувстве социально-территориального единства сказываются и конкретные условия развития региона, страны, мира в тот или иной период, в том числе, вес региональных структур и характер их взаимоотношений с центральными.

Регионоведы также подчеркивают значимость *экономических предпосылок* в складывании либо создании региональных идентичностей (Н. В. Зубаревич, В. В. Коротеева, В. В. Маркин, А. Н. Щербак и др.). При этом отмечается, что в индустриальном обществе социальные субъекты непосредственно включены в «производственный процесс, который всегда территориально определен» [Общности социально-территориальные 1998], что ведет к их закреплению на этой территории. Многие современные виды производства уже не зависят от наличия / отсутствия природных ресурсов, высвобождаясь от подобной «привязки». Однако региональные общности выстраиваются теперь уже на основе близости социально-экономических интересов [Коротеева 2000]. Одновременно субъективисты подчеркивают вклад в их осознание / конструирование элит, формирующих у населения понимание уникальности региона, его неординарной роли в экономике.

В качестве значимого обстоятельства формирования чувства тождественности с регионом традиционно называют его *исто-*

рическое прошлое и культуру. По мнению объективистски ориентированных ученых, наличие связанных с территорией древней истории и опыта государственности, традиций и ценностей способствует формированию у проживающих на ней некоторого единства потребностей и интересов, особенностей быта и стиля жизни. Признается, что региональная общность может быть неоднородной в этническом плане, однако представители различных групп постепенно вырабатывают общие нормы социокультурного взаимодействия. Конкретное же соотношение региональных и этнокультурных интересов порождает черты своеобразия локального социума. Конструктивистски мыслящие авторы при этом подчеркивают, что именно местные элиты, «отбирая» фрагменты истории и используя их «сообразно современному контексту» [Шаблей 2009], репрезентируют прошлое и по сути «изобретают традиции» с целью формирования у индивидов чувства региональной общности. Они также рассматривают, как элементы языковой и культурной отличительности используются при производстве и продвижении символов мест и регионов, что, в конечном счете, сказывается на их «образе» в сознании людей.

Усиливающие региональную идентичность факторы и приемы

Среди способствующих большей значимости региональной идентичности **факторов** исследователи чаще всего выделяют следующие:

1) этническая специфика региона. Отличая от соседних, она придает «естественность» соответствующей идентичности, в связи с чем отдельные авторы указывают на важность этнической «гомогенности» территории [Пеньковцев, Шибанова 2007: 177–178] (что, однако, крайне редко встречается в современных условиях). Другие, отмечая, что эта специфика не является ни неперенным, ни достаточным основанием формирования региональной идентичности, признают, что она может усиливать «спрос на последнюю на внешнем и внутреннем рынках» [Гельман 2003: 96];

2) развитость территории в социально-экономическом плане и связанный с этим более высокий уровень жизни населения. Данное обстоятельство побуждает элиты к формированию политики идентичности, причем ими нередко используется «аргу-

мент иждивенчества со стороны более бедных регионов» [Бусыгина 2006: 163]. В последнее время также часто артикулируются наибольшие карьерные и досуговые возможности городов / мест [Флорида 2015]. Все это способствует росту поддержки такой политики со стороны «рядовых» граждан. Однако в отдельных случаях именно низкий экономический потенциал побуждает местные власти активнее включаться в разработку региональной имиджевой стратегии [Богатова 2016];

3) периферийность региона и особое географическое положение. Отдаленность от центра нередко выступает фактором, ведущим к меньшему проявлению чувства принадлежности к стране и усилению локальных точек притяжения; этому может способствовать и наличие внешних границ, особенно если территория переходила от одного государства к другому. Региональные элиты часто используют и особенное местоположение (пересечение Востока и Запада и т. д.), климатические условия как инструмент конструирования локальной идентичности;

4) «стабильность административно-территориального деления» и «степень укорененности населения» региона [Пеньковцев, Шибанова 2007: 178]. Длительно сохраняющиеся границы территорий способствуют формированию у людей веры в их естественность, изначальное (примордиальное) существование соответствующих общностей. Однако характерные для глобализации активные миграционные потоки могут начать размывать сформированную, в том числе в ходе унификационной деятельности элит, этнокультурную гомогенность населения, что, как и социальная гетерогенность, отрицательно сказывается на региональной идентификации;

5) наличие центрального города. Традиционно города были «центрами богатства», а порой обладали и «политической автономией» [Бусыгина 2006: 18]. Вокруг них складывались и складываются устойчивые территориальные связи населения, и многие современные «продвинутые регионы» формируются именно «вокруг крупных (или средних) городских агломераций с быстро растущими пригородами» [Бусыгина 2006: 271];

6) активность элит, совпадение их стратегий с интересами большинства населения. Усилия и воля ведущих агентов региональ-

ного уровня политической иерархии, их умение выгодно представить территорию вовне, выдвинуть и реализовать социокультурные проекты способствуют повышению престижности обладания соответствующей идентичностью. Для успешности осуществляемой политики значимы и их консолидированность, а также умение выразить настроения граждан, когда выдвигаемые идеологии становятся представлениями масс.

В связи с этим нужно отметить, что ту часть стратегии властей, что связана с конструированием образа места и его внешней репрезентацией, обозначают термином «региональный брендинг»; действия же, направленные на формирование территориального сообщества, — «политикой идентичности» [Цумарова 2012: 10–14]. Они неразрывно связаны друг с другом (что отмечают С. Роккан, Д. Н. Замятин, А. В. Мазуренко, В. К. Малькова и В. А. Тишков, Н. Е. Прянишников, М. Ю. Тимофеев, Г. Л. Тульчинский). Изучают во взаимовлиянии «идентичность бренда территории» и идентификацию с регионом населения О. А. Богатова, Н. В. Назукина, О. Б. Подвинцев и др.

Далее, опираясь на работы ученых, концентрирующих внимание на стратегиях региональных политических и символических элит, выделим **приемы** конструирования ими чувства территориальной общности:

1) разработка и закрепление символики региона, официальных ритуалов и традиций. Если регион являет собой относительно автономное в политико-административном плане образование, его символы представлены, в первую очередь, в гербе, флаге и гимне. В них репрезентируется неповторимость истории и культуры территории с использованием имевшей место в прошлом эмблематики, знаков и образов, музыкальных фрагментов либо с конструированием новых (Н. В. Петров, Ю. Ю. Росич). Изобретаются и превращаются в «формализованные практики» локальные традиции: торжества, посвященные дням рождения провинций, земель, республик, церемонии инаугурации их глав;

2) формирование этнокультурного образа территории и его продвижение в региональном брендинге. Акцент делается на локальных языковых, конфессиональных особенностях, своеобразии культурного наследия, в которых, в свою очередь, отражается индивидуальность природной и поселенческой среды региона. Языковая от-

личительность нередко закрепляется принятием местных языков в качестве официальных, введением их преподавания в школах. Оригинальность может репрезентироваться и как заключающаяся в мирном сосуществовании этнических групп, языков, конфессий. Этнокультурные символы территорий тиражируются в брендах выпускаемой ими продукции, в названиях спортивных команд (достижения которых также могут использоваться при конструировании регионального имиджа) и т. д.;

3) репрезентация и ритуализация истории региона. При этом имеют место аналогичные выделяемым исследователями национализма (Б. Андерсоном, Э. Геллнером, Э. Смитом и др.) по отношению к государственно-гражданским общностям методы и способы ее включения в конструирование идентичностей. Это поиск древних корней и предков, связей местного населения с народами, родство с которыми на данном этапе может способствовать его возвеличиванию. В случае отсутствия давней истории она может быть создана заново. Среди наиболее часто используемых для сюжетов: связанные с былыми формами государственности регионов и с их «золотым веком» [Гельман 2003: 99], победами над внешним врагом, добровольным либо насильственным присоединением / угнетением [Пеньковцев, Шибанова 2007: 184]. Они формализуются и превращаются в праздничные либо печальные ритуалы и церемонии, призванные консолидировать жителей данной местности [Петров 2003: 139–142]. Кроме того, история персонифицируется, а выделяемые герои идеализируются, и их образы используются в целях формирования регионального патриотизма. Вместе с тем, во внешней репрезентации территории травмирующие смыслы, напротив, исключаются, нивелируются;

4) возвеличивание центрального города, стремление придать ему статус столицы. В связи с этим подчеркиваются преимущества его расположения, многовековая история, наличие высокого экономического, политического, культурного потенциала. Обретение данного статуса влияет на инвестиционную привлекательность территории;

5) насыщение пространства региона многочисленными событиями, организация и проведение мегапроектов (Олимпиад, международных форумов и фестивалей).

Такого рода практики призваны не только привлечь к нему внимание извне, вести к увеличению туристических потоков и развитию местной инфраструктуры, но и способствовать формированию чувства гордости за него у местных жителей.

Основные направления структурирования региональной идентичности, соотношение с другими идентичностями

Общепризнанно, что идентичности формируются в ходе социального взаимодействия, причем не только внутри группы, но и со значимыми Другими. Выбор Других задает, как справедливо замечают В. Гельман и Т. Хопф, «оси ее структурирования» [Гельман 2003: 16]. В качестве такого рода значимых Других применительно к региональной идентичности чаще выделяют: центр, другие регионы и государства.

Отношения «центр—регион» характеризуются разными исследователями как противоречивое единство «общего и особенного», «целого и части», а взаимоотношения их элит — как вечный поиск компромисса. Также отмечается: «То, что выгодно целому, далеко не всегда выгодно конкретным частям» [Бусыгина, Смирнягин, Филиппов 2010: 14], и наоборот. В частности, относительная автономия нередко дает больше возможностей для экономического развития территорий, но при определенных обстоятельствах ведет к распаду страны.

Модели взаимодействия центра и территорий могут быть различными. Рассматривая их на примере Западной Европы, С. Роккан и Д. В. Урвин выделяют: «централизирующие» — ведущие к «первенству только одной области или даже только одного города»; и «стратегии федерального соглашения», связанные с существованием ряда «функционально различных центров» [Роккан, Урвин 2003: 121–122]. Они также отмечают, что региональные политические движения в этих взаимоотношениях часто выступают от лица масс, хотя сами массы не всегда готовы их поддерживать. И все же их дискурс, где центр нередко подается как «чужой», а также постоянная борьба между центральными и региональными элитами за распределение власти, в конечном счете, сказываются на социальных настроениях.

При всех обозначенных противоречиях власти регионов, как правило, ориентируются на центр и стремятся поддерживать с ним тесные контакты. В свою очередь,

центр заинтересован в благожелательном восприятии регионами и старается выстроить с ними ровные отношения, нередко идя на компромиссы, в том числе касающиеся возможностей сохранения региональных идентичностей.

Отношения «регион — другие регионы» чаще являются отношениями конкуренции. Значимыми Другими здесь обычно выступают: «ближайшие соседи», успешные «регионы-маркеры», а также столичный город — ассоциирующийся с центром и являющийся особо развитым в экономическом плане [Гельман 2003: 19]. В состязании с ними формируется образ территории, становятся очевидными его преимущества и слабые стороны. Массы оказываются вовлеченными во взаимодействие элит, что накладывает отпечаток на их идентичности. Наконец, на становлении и развитии чувства региональной общности могут сказываться и отношения территорий с международными социально-политическими субъектами. Некоторые из них оказываются наиболее значимыми, что может быть связано с соседствующим (пограничным) их положением, с этнокультурной либо конфессиональной близостью.

Наконец, тезисно обозначим выделяемые учеными моменты, касающиеся соотношения региональной идентичности с государственно-гражданской, этнической, глобальной и локальной. Что касается первого из них, исследователи подчеркивают, что региональная идентичность в той или иной мере подчинена государственно-гражданской и дополняет [Бусыгина 2006: 161] либо даже укрепляет ее [Смирнягин 2011]. Однако указываются случаи, когда отождествление себя гражданами с регионом противоречит их интеграции в масштабах страны. Это зависит от политических и социокультурных условий, действий центральной и региональной властей, способствующих их наполнению определенным содержанием (Л. М. Дробужева, В. В. Маркин и др.).

Процессы регионализации нередко основываются символическими элитами с помощью идеи развития этносов и их культур. Тем не менее, в некоторых случаях (например, когда есть угроза националистического вектора развития событий) региональные политические институты могут препятствовать попыткам этнических общностей заявить о себе [Гельман 2003: 14]. Тем самым,

этнические и региональные идентичности также находятся в тесном, но не лишенном точек напряжения, взаимодействии.

Существенное влияние на проявление всех названных идентичностей оказывает ситуация глобализации. Согласно теории М. Кастельса [Кастельс 2000], она ведет к унификации образа жизни и культурного потребления и соответственно к нивелировке этнических, региональных, национально-гражданских идентичностей. Однако в противоположность названной действует другая тенденция — их возрождения и конструирования заново. Они становятся ответом вызову сети, глобальной системы, т. е. «идентичностями сопротивления», протеста. При этом также дают о себе знать идентификации с конкретным местом проживания — город, село, улица.

Заключение

Обобщение работ, касающихся теории региональной идентичности, позволило выделить следующие, важные для ее дальнейшего исследования (на примере конкретного региона РФ — Татарстана) моменты.

В трактовке региональных идентичностей обозначаются два основных подхода: объективистский — когда они понимаются как отражение объективно сложившейся социально-территориальной структуры и соответствующей общности людей, и субъективистский — когда они трактуются как конструируемые в ходе социального взаимодействия при особой роли элит. Изучению представлений о республике и тождественности с ней населения в контексте этнокультурного брендинга в наибольшей мере отвечает «умеренный» конструктивизм П. Бергера и Т. Лукмана в сочетании с интегративной теорией П. Бурдьё. Кроме того, важны положения, разработанные в социологии пространства Г. Зиммеля.

Основными предпосылками формирования у людей чувства и сознания региональной общности являются: единство территории и ее очерченность границами (в том числе политико-административными), общие экономические условия жизнедеятельности и историческое прошлое, культура. Факторами, способствующими усилению такой идентичности, могут выступать: этническая специфика региона, относительно высокий уровень жизни в нем и ее качество, особое географическое положение, стабильность административных границ, нали-

чие развитого центрального города и активность элит. Среди приемов воздействия последних на внутрирегиональную солидаризацию населения можно указать разработку и закрепление символики, репрезентацию этнокультурного образа и истории территории, реализацию мега-проектов.

Региональная идентичность развивается в тесном взаимодействии с государственно-гражданской, этнической, глобальной, локальной, на ее содержании сказываются выстраиваемые элитами отношения с центром, другими регионами, со значимыми международными социально-политическими субъектами.

Благодарности

Статья подготовлена при финансовой поддержке РГНФ в рамках научного проекта № 16-03-00071а «Брендинг территории в условиях общероссийской интеграции: стратегии формирования этнокультурного образа Татарстана».

Литература

- Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум; Academia-Центр, 1995. 323 с.
- Богатова О. А. Конструирование образов социальной идентичности «финно-угорских» республик Приволжского федерального округа в федеральных периодических изданиях // Вестник Удмуртского университета. 2016. № 2 (26). С. 7–17.
- Бурдые П. Идентичность и репрезентация: элементы критической рефлексии идеи региона // Ab Imperio. 2002. № 3. С. 45–60.
- Бусыгина И. М. Политическая регионалистика: Учебное пособие. М.: Московский государственный институт международных отношений (Университет); Российская политическая энциклопедия, 2006. 280 с.
- Бусыгина И., Смирнягин Л., Филиппов М. Введение // Страны-гиганты: проблемы территориальной стабильности. Сб. докладов. М.: МГИМО, 2010. С. 5–23.
- Вебер М. Отношения этнической общности // Ab Imperio. 2001. № 3. С. 25–44.
- Гельман В. Политические элиты и стратегии региональной идентичности // Журнал социологии и социальной антропологии. 2003. Т. VI. № 2. С. 91–105.
- Гельман В., Хонф Т. Введение. Центр и региональные идентичности в России: рамки анализа // Центр и региональные идентичности в России. СПб.; М.: Изд-во Европ. ун-та в Санкт-Петербурге; Летний сад, 2003. С. 7–28.
- Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура // пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ-ВШЭ, 2000. 606 с.
- Коротеева В. В. Экономические интересы и национализм. М.: Изд-во РГГУ, 2000, 249 с.
- Лысенко Е. О. Социально-территориальная общность как субъект экономического поведения. Автореф. дис. ... канд. соц. наук. М., 2006. 135 с.
- Общности социально-территориальные // Российская социологическая энциклопедия. М.: НОРМА: ИНФРА-М, 1998 [электронный ресурс] // URL: <https://www.psyoffice.ru/6-619-obschnosti-socialno-teritorialnye.htm> (дата обращения: 19.01.2017).
- Пеньковцев Р. В., Шибанова Н. А. Компаративный анализ феномена «региональной идентичности» (Россия — ЕС — США) // Ученые записки Казанского государственного университета. 2007. № 3. С. 175–190.
- Петров Н. В. Формирование региональной идентичности в современной России // Центр и региональные идентичности в России. СПб.; М.: Изд-во Европ. ун-та в Санкт-Петербурге; Летний сад, 2003. С. 125–186.
- Роккан С., Урвин Д. В. Политика территориальной идентичности: Исследования по европейскому регионализму // Логос. 2003. № 6 (40). С. 117–132.
- Смирнягин Л. В. Региональная идентичность и география // Идентичность как предмет политического анализа. М.: ИМЭМО РАН, 2011. С. 177–185.
- Тишков В. А. Три карты. Теория и общие подходы к проблеме «культура и пространство» // Культура и пространство: историко-культурные бренды и образы территорий, регионов и мест. Р/н/Д: Изд-во ЮНЦ РАН, 2012. С. 7–26.
- Филиппов А. Ф. Социология пространства // Логос. 2000. № 2 (23). С. 113–151 [электронный ресурс] // URL: http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000_2/09.html (дата обращения: 16.01.2017).
- Филиппова Е. А. Территории идентичности в современной Франции. М.: ФГНУ «Росинформатех», 2010. 300 с.
- Флорида Р. Кто твой город? Креативная экономика и выбор места жительства // ЛитРес: 29 апреля 2015 [электронный ресурс] // URL: <https://www.litres.ru/r-florida/kto-tvoy-gorod-kreativnaya-ekonomika-i-vybor-mesta-zhitelstva/> (дата обращения: 01.02.2017).
- Цумарова Е. И. Политика идентичности: politics

- или policy? // Вестник Пермского университета. Политология. 2012. № 2. С. 5–16.
- Шаблей П. С. Символические формы репрезентации истории Казахстана и современность // История и современность. 2009. № 2 (10) [электронный ресурс] // URL: <http://www.socionauki.ru/journal/articles/130558/> (дата обращения: 04.01.2017).
- References**
- Berger P., Lukman T. *Sotsial'noe konstruirovaniye real'nosti. Traktat po sotsiologii znaniya* [The social construction of reality. A treatise in the sociology of knowledge]. Moscow, Medium Publ.; Academia-Tsentr Publ., 1995, 323 p. (In Russ.).
- Bogatova O. A. *Konstruirovaniye obrazov sotsial'noy identichnosti «finno-ugorskikh» respublik Privolzhskogo federal'nogo okruga v federal'nykh periodicheskikh izdaniyakh* [Constructing the images of social identity of 'Finno-Ugric' republics in Volga Federal District in federal periodicals]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta* (Bulletin of Udmurt University), 2016, No. 2 (26), pp. 7–17 (In Russ.).
- Bourdieu P. *Identichnost' i reprezentatsiya: elementy kriticheskoy refleksii idei regiona* [Identity and representation: elements for a critical reflection on the idea of region]. *Ab Imperio* (journal), 2002, No. 3, pp. 45–60 (In Russ.).
- Busygina I. M. *Politicheskaya regionalistika: Uchebnoe posobie* [Political regional studies. A textbook]. Moscow, Moscow State Institute of International Relations (MGIMO) Press; ROSSPEN Publ., 2006, 280 p. (In Russ.).
- Busygina I., Smirnyagin L., Filippov M. *Vvedenie* [Introduction]. *Strany-giganty: problemy territorial'noy stabil'nosti. Sbornik dokladov* [The colossus countries: problems of territorial stability. A collection of reports]. Moscow, MGIMO Press, 2010, pp. 5–23 (In Russ.).
- Weber M. *Otnosheniya etnicheskoy obshchnosti* [Ethnic relations of communities]. *Ab Imperio* (journal), 2001, No. 3, pp. 25–44 (In Russ.).
- Gelman V. *Politicheskie elity i strategii regional'noy identichnosti* [Political elites and strategies of regional identity]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii* (The Journal of Sociology and Social Anthropology), 2003, vol. VI, No. 2, pp. 91–105 (In Russ.).
- Gelman V., Khopf T. *Vvedenie. Tsentr i regional'nye identichnosti v Rossii: ramki analiza* [Introduction. The center and regional identities in Russia: analysis framework]. *Tsentr i regional'nye identichnosti v Rossii* [The center and regional identities in Russia]. St. Petersburg, Moscow; EUSP Press, Letniy Sad Publ., 2003, pp. 7–28 (In Russ.).
- Castells M. *Informatsionnaya epokha: ekonomika, obshchestvo i kul'tura* // per. s angl. pod nauch. red. O. I. Shkaratana [The information age: economy, society and culture. Translation edit. by O. Shkaratan]. Moscow, Higher School of Economics Press, 2000, 606 p. (In Russ.).
- Koroteeva V. V. *Ekonomicheskie interesy i natsionalizm* [Economic interests and nationalism]. Moscow, Russian State Univ. for the Humanities Press, 2000, 249 p. (In Russ.).
- Lysenko E. O. *Sotsial'no-territorial'naya obshchnost' kak sub'ekt ekonomicheskogo povedeniya. Avtoref. diss. ... kand. sots. nauk* [Socio-territorial unity as a subject of economic behavior. A Ph. D. thesis abstract]. Moscow, 2006, 135 p. (In Russ.).
- Obshchnosti sotsial'no-territorial'nye* [Socio-territorial unities]. *Rossiyskaya sotsiologicheskaya entsiklopediya* [Russian encyclopedia of sociology]. Moscow, NORMA-INFRA-M Publ., 1998. Available at: <https://www.psyoffice.ru/6-619-obschnosti-socialno-territorialnye.htm> (accessed: 19 January 2017) (In Russ.).
- Penkovtsev R. V., Shibanova N. A. *Komparativnyy analiz fenomena «regional'noy identichnosti» (Rossiya — ES — SShA)* [Comparative analyses of the regional identity's phenomena (Russia — EU — USA)]. *Uchenye zapiski Kazanskogo gosudarstvennogo universiteta* (Proceedings of Kazan University), 2007, No. 3, pp. 175–190 (In Russ.).
- Petrov N. V. *Formirovaniye regional'noy identichnosti v sovremennoy Rossii* [Formation of regional identities in contemporary Russia]. *Tsentr i regional'nye identichnosti v Rossii* [The center and regional identities in Russia]. St. Petersburg, Moscow; EUSP Press, Letniy Sad Publ., 2003, pp. 125–186 (In Russ.).
- Rokkan S., Urvin D. V. *Politika territorial'noy identichnosti: Issledovaniya po evropeyskomu regionalizmu* [Territorial identity policy: studies of European regionalism]. *Logos* (journal), 2003, No. 6 (40), pp. 117–132 (In Russ.).
- Smirnyagin L. V. *Regional'naya identichnost' i geografiya* [Regional identity and geography]. *Identichnost' kak predmet politicheskogo analiza* [Identity as a subject matter of political analysis]. Moscow, Publ. Office of Institute of World Economy and International Relations (RAS), 2011, pp. 177–185 (In Russ.).
- Tishkov V. A. *Tri karty. Teoriya i obshchie*

- podkhody k probleme «kul'tura i prostranstvo»* [The three maps. Theory and general approaches to the issue of 'culture and space']. *Kul'tura i prostranstvo: istoriko-kul'turnye brendy i obrazy territoriy, regionov i mest* [Culture and space: historical-cultural brands and images of territories, regions and localities]. Rostov-on-Don, Publ. Office of Southern Scientific Center (RAS), 2012, pp. 7–26 (In Russ.).
- Filippov A. F. *Sotsiologiya prostranstva* [Sociology of space]. *Logos* (journal), 2000, No. 2 (23), pp. 113–151 (In Russ.). Available at: http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000_2/09.html (accessed: 16 January 2017).
- Filippova E. A. *Territorii identichnosti v sovremennoy Frantsii* [Identity territories in contemporary France]. Moscow, Publ. Office of Rosinformagrotekh (research institute), 2010, 300 p. (In Russ.).
- Florida R. *Kto tvoy gorod? Kreativnaya ekonomika i vybor mesta zhitel'stva* [Who's your city? How the creative economy is making where to live the most important decision of your life]. Available at: <https://www.litres.ru/r-florida/kto-tvoy-gorod-kreativnaya-ekonomika-i-vybor-mesta-zhitelstva/> (accessed: 1 February 2017) (In Russ.).
- Tsumarova E. I. *Politika identichnosti: politics ili policy?* [Identity — policy or politics?]. *Vestnik Permskogo universiteta. Politologiya* (Review of Political Science), 2012, No. 2, pp. 5–16 (In Russ.).
- Shabley P. S. *Simvolicheskie formy reprezentatsii istorii Kazakhstana i sovremennost'* [Symbolic forms in the representation of Kazakhstan's history and modernity]. *Istoriya i sovremennost'* (History and Modernity journal), 2009, No. 2 (10). Available at: <http://www.socionauki.ru/journal/articles/130558/> (accessed: 04 January 2017) (In Russ.).

УДК 316.3

ВЗГЛЯД НА РЕГИОНАЛЬНУЮ ИДЕНТИЧНОСТЬ: К ПРОГРАММЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

Гузель Ильясовна Макарова¹

¹доктор социологических наук, доцент, ведущий научный сотрудник, отдел этнологических исследований, Институт истории им. Ш. Марджани Академии наук Республики Татарстан (Казань, Российская Федерация). E-mail: makarova_guzel@mail.ru.

Аннотация. Статья представляет собой обобщение наработанного учеными теоретического материала и уточнение собственной трактовки региональной идентичности, необходимые для подготовки программы массового социологического опроса населения Татарстана.

В трактовке «природы» региональной идентичности существуют два основных подхода: объективистский — идентичности понимаются как отражение объективно сложившейся социально-территориальной структуры и общности людей; и субъективистский — они трактуются как конструируемые в ходе социального взаимодействия при особой роли элит. Изучению представлений о республике и тождественности с ней населения в контексте этнокультурного брендинга территории в наибольшей мере отвечает «умеренный» конструктивизм П. Бергера и Т. Лукмана в сочетании с интегративной теорией П. Бурдьё. Также важны положения, разработанные в социологии пространства Г. Зиммеля.

Среди основных предпосылок формирования региональной идентичности чаще выделяются: единство территории и ее очерченность границами, общность экономических интересов и исторического прошлого, культуры. В качестве факторов, способствующих усилению региональной идентичности, называются: этническая специфика региона, его развитость в социально-экономическом плане, особое географическое положение, стабильность административных границ, наличие центрального города, активность элит. Среди приемов конструирования: разработка и закрепление символики территории, репрезентация ее этнокультурного образа и истории, их закрепление в региональном брендинге, реализация мега-проектов.

Региональная идентичность выстраивается во взаимодействии с государственно-гражданской, этнической, глобальной и локальной идентичностями, на ее содержании сказываются отношения региона с центром, с другими регионами и со значимыми международными субъектами.

Ключевые слова: региональная идентичность, регион, этнокультурный образ, брендинг территории, властные и символические элиты, этническая идентичность, государственно-гражданская идентичность, Татарстан.