

© Г. Ф. РОМАШКИНА, Г. Н. ЧАПАРОВА
Тюменский государственный университет
gr136@mail.ru, gn_chaparova@mail.ru

УДК 316.334.52

ФАКТОРНЫЙ АНАЛИЗ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ НА ПРИМЕРЕ АРКТИЧЕСКОГО РЕГИОНА*

FACTOR ANALYSIS OF THE REGIONAL IDENTITY AS EXEMPLIFIED BY THE ARCTIC REGION

Региональная идентичность изучается через призму отношения к своему региону. Проведены межрегиональные, внутререгиональные и общероссийские сравнения. Показано, что в течение всех лет наблюдений во всех регионах России доминируют группы людей, выбирающих эмоционально-оценочные суждения, причем как при объяснении позитивных, так и негативных ответов. Различия в частотах отражают выбор людей в тот или иной момент времени, их отношение, материальное и иные виды состояний. Жители арктического региона демонстрируют более низкую укорененность в региональной идентичности, но различия в конкретных оценках оказываются значительно ниже, чем ожидалось. Привлекаются результаты социокультурного мониторинга (по программе «Социокультурный портрет региона»), проводимого в Тюменском регионе на протяжении 2006-2014 гг. Показаны факторные зависимости, определяющие региональную идентичность, территория проживания влияет на идентичность через восприятие населением компонентов среды. Статистически подтверждается связь роста доли тех, кто хотел бы уехать в другой регион России или другую страну, с ростом профессионального статуса респондента, нарушения права на труд.

The regional identity is studied through the prism of people's attitude to their region. The interregional, intraregional, and all-Russian comparative studies have been carried out. It is shown that in all the regions of Russia the years of the research saw the dominance of the groups of people choosing emotional evaluative judgements for explaining both positive and negative responses. The differences in frequency reflect people's choices at particular periods of time, their attitudes, financial status etc. The inhabitants of the Arctic region show a lower rootedness in the regional identity, but the differences in specific estimates turn out to be much lower than expected. The authors consider the results of the sociocultural monitoring survey (within the program «The Sociocultural Portrait of the Region») which was carried out in Tyumen region from

* Статья подготовлена по результатам исследования, выполненного при финансовой поддержке гранта Российского Научного Фонда (Проект № 14-38-00009), Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого.

2006 to 2014. The factor dependences defining the regional identity are shown. The link between the increase in the percentage of respondents having a desire to move to a different region or country and the growth of a respondent's professional status and the violation of right to work.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА. Арктика, идентичность, регион, отношение, пространство, условия жизни.

KEY WORDS. The Arctic, identity, region, attitude, space, living conditions.

Постановка проблемы

Проблема оценки отношения социума к месту, в котором он живет сегодня, особенно актуальна, поскольку для нас не вполне ясно, в каком направлении развивается российское общество. С одной стороны, имеется многократно подтвержденная тенденция роста патриотических настроений, роста поддержки действий власти, причем не подверженная сильным колебаниям ни в зависимости от внешнеполитического, ни в зависимости от внутриэкономической ситуации, эта тенденция носит скорее демодернизационный характер, поскольку входит в прямое противоречие с наличием стремления к новациям, к самостоятельной деятельности, к развитию экономической активности [4]. С другой стороны, имеется четко выраженный рост настроений «исхода». То есть растет исход (настроение готовности к выезду) из страны самых активных, образованных, мобильных и качественных ее граждан. При этом для нас важно понимать, какие факторы являются ведущими для формирования этих настроений.

Методологические предпосылки

Одним из механизмов формирования отношения к месту, в котором мы живем, можно рассматривать региональную идентичность. В социологической и социально-психологической традициях *теория социальной идентичности* развивалась как концепция объяснения групповых и межгрупповых феноменов в терминах их преимущественного порождения «коллективным Я». В частности, социологи используют понятие социальной идентичности, обращаясь к проблемам массового поведения и коллективного процесса, политической риторики, девиантного поведения, молодежных субкультур, социальные психологи опираются на эту теорию при изучении психологии организации, межгрупповых отношений и внутригрупповых процессов, социального познания, политических реалий. Согласно теории, «Я-концепция» личности образована такими когнитивными образованиями, связанными с самоопределением, как личностная (физическая, нравственная, интеллектуальная) идентичность и групповая (этническая, социальная, профессиональная) идентичность. Социологи, в отличие от психологов, предпочли собственную традицию, берущую начало в работах Ч. Кули и Г. Мида, — традицию символического интеракционизма. Соединение этих идей с ролевой теорией привело к возникновению целого ряда социологических концепций социальной идентичности, среди которых популярна модель Ш. Страйкера и П. Берка [8]. Одним из оснований теоретико-методологического анализа социальной идентификации является диспозиционная теория регуляции социального поведения личности В. А. Ядова [5], социальная идентичность стала рассматриваться как относительно устойчивое диспозиционное образование. Согласно данной концепции, формирование и опыт региональной идентичности тесным образом связаны с поддержанием социального порядка на уров-

не региона (территории), поэтому объектом исследовательского интереса здесь являются социально-региональные роли и опосредованные ими интеракции; речь идет о том, как социальные ожидания, которые обусловлены конкретными социальными идентичностями, поддерживают тип поведения, отвечающий существующим социальным нормам. Так, индивид осуществляет активный поиск адекватной ему социальной региональной группы (например, группы с высоким статусом), изменяет свои мотивации и оценки только в том случае, если членство в искомой группе оказывается для него невозможным. Наконец, очень важен учет социокультурных стереотипов, определяющих общий склад сознания жителей данного региона, их базовые жизненные ценности, мотивации, способы восприятия действительности, понимаемые как относительно устойчивое диспозиционное образование, в итоге обеспечивающее достаточно надежную их трансляцию как во времени, так и в пространстве.

Обсуждение основных результатов

Отношение к своему региону является одним из основных индикаторов наличия (или отсутствия) региональной идентичности, определения человеком себя в пространстве региона. Варианты, предложенные для ответа на вопрос «Какие чувства вы испытываете к своему региону?», приведены ниже, табл. 1, [7, с. 109-120].

Далее использовались данные, полученные в 2006, 2009, 2011, 2013 годах в Тюменской области и в 2006, 2010 г. в целом по России в рамках програм-

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос: «Какие чувства вы испытываете к своему региону?», % от числа опрошенных по столбцу

	ЯНАО				ТО в целом				Россия	
	2006	2009	2011	2013	2006	2009	2011	2013	2006	2010
Я рад, что живу здесь	30	23	21	25	29	29	26	29	43	41
В целом я доволен, но многое не устраивает	36	38	34	39	40	37	38	39	40	41
Не испытываю особых чувств по этому поводу	10	11	11	14	12	14	14	14	8	7
Мне не нравится жить здесь, но привык и не собираюсь уезжать	6	7	8	4	6	6	6	3	4	5
Хотел бы уехать в другой регион России	13	15	15	15	9	9	8	9	2	3
Хотел бы вообще уехать из России	3	3	4	3	3	3	3	4	2	1
Затрудняюсь, нет ответа	2	3	7	0	1	2	5	2	2	2
Всего	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

мы «Социокультурные портреты регионов России». Социологические исследования проводятся на территории всей Тюменской области (включая ХМАО-Югру и ЯНАО). В процессе опроса выборка строится отдельно для каждого субрегиона: юг Тюменской области, ХМАО-Югра и ЯНАО. Подвыборки многоступенчатые, маршрутизированные, репрезентируют население субрегионов по половозрастной структуре с выделением признаков социальной структуры, с учетом территориального размещения и в соответствии с пропорциональной представительностью по данным на год, предшествующий опросу. В 2006 году всего было опрошено 4000 человек, в 2009 году — 4510 человек, в 2011 году — 5567 человек, в 2013 году — 3054 человек в возрасте от 18 лет, в пропорциональном соотношении, согласно выборке жителей юга Тюменской области, ХМАО-Югры и ЯНАО, также привлекались результаты исследований в других регионах.

В основном по России, в Тюменской области и в арктическом регионе преобладает позитивно-окрашенный ответ: «В целом я доволен, но многое не устраивает», в ЯНАО (2013 г.) это почти 40% от выборки. Еще четверть жителей отвечает: «Я рад, что живу здесь», в итоге подавляющее число жителей (64%) испытывает к своему региону достаточно позитивные чувства. В результате по Тюменской области в частности и по России в целом позитивные оценки дают уже 68% и 81% опрошенных соответственно.

Структура (рейтинг) ответов на вопрос об отношении к региону практически не зависит от места проживания. Однако имеются некоторые очень важные отличия. В северном регионе почти в два раза возрастает доля безразличных ответов, и в пять раз возрастает доля тех, кто собирается уехать в другой регион России. Фактически именно ЯНАО дает наиболее существенный вклад в процесс снижения уровня региональной идентичности в Тюменской области (если рассматривать «большую» область, включающую ХМАО-Югру и ЯНАО). При этом доля тех, кто совсем собирается уехать из России до 2013 года, от региона практически не зависит.

Рассмотрим влияние на отношение к региону различных социоструктурных и социокультурных факторов на основе методики многофакторного дисперсионного анализа. Выбор этой методики обусловлен тем, что она позволяет на основе оценки значимости F-критерия (Фишера) (табл. 2) проводить сравнение влияния различных факторов. Для выравнивания глубины измерения был взят метод перекодирования ответов (0 — нет ответа, 1 — есть ответ). В качестве зависимой переменной выбран следующий вопрос: «Какие чувства вы испытываете к своему региону?», варианты ответов приведены в табл. 1. Для обеспечения валидности результатов выбраны только значимые варианты. Для сравнения мы привели примеры незначимых результатов (возраст, семейное положение, наличие детей, гендер). Среди рассмотренных нами также незначимым оказалось влияние таких факторов, как оценка уровня здоровья, уровень оседлости, место работы/учебы (всего было рассмотрено 28 факторов).

Отдельно отметим важный фактор, который мы назвали «Профессиональный статус» респондента. В методике применялся вопрос: «Укажите, пожалуйста, сколько у Вас подчиненных (больше 20, 10-20, 5-10, менее 5, нет подчиненных)». При наличии более 10-и подчиненных резко повышается социальное самочувствие, материальное положение, уровень инновационной активности. Однако

Таблица 2

**Результаты многофакторного
дисперсионного анализа (F-критерий Фишера)***

Факторы	Отношение к региону
Профессиональный статус	21,71
Индекс социального самочувствия	19,59
Материальное положение	18,71
Нарушение права на труд	17,62
Уровень образования	16,01
Регион	14,88
Наличие собственного жилья	12,18
Возраст	10,18
Наличие детей	5,24
Семейное положение	1,00
Гендер	0,21

*F-критерий Фишера можно использовать для сравнения и более чем двух совокупностей (как, например, в дисперсионном анализе). В таких случаях критерий рассчитывается как отношение межгрупповой дисперсии к внутригрупповой дисперсии. Уровень значимости для отобранных переменных-факторов превышает 95%. Уровень F-критерия для двух и более независимых выборок считается высоко значимым, если он превышает 16.

такие респонденты значительно чаще хотели бы сменить регион или страну проживания, причем первое в 2 раза, а второе в 14 (!) раз чаще. Фактор «Профессиональный статус» респондента также сопутствует фактору образования, но не однозначно. Так, рост профессионального статуса, социального самочувствия, материального положения, как и следовало ожидать, повышает уровень региональной идентичности. Однако наиболее высокий уровень образования противоречит росту региональной идентичности. Более того, наиболее высок уровень региональной идентичности при среднем (специальном профессиональном) образовании (на 10% пунктов). Более старший возраст, как и следовало ожидать, повышает уровень региональной идентичности, но снижает уровень социального самочувствия. Связь между данными факторами имеется, но она явно нелинейна.

Обратим внимание на то, что во внутрорегиональном разрезе (ЯНАО, ХМАО, юг Тюменской области) региональный фактор значимо влияет на уровень региональной идентичности, самый низкий уровень последнего — в арктическом регионе. Однако в межрегиональном разрезе эти различия проявляются не по территориальному признаку, а по жесткой привязанности к материальному положению (чего не происходит в Тюменской области) (табл. 3).

Таблица 3

Сравнение ответов на вопрос «Какие чувства Вы испытываете по отношению к своему региону?» (в % от выборки, межрегиональное сравнение)

	ЯНО	ХМАО	Юр. ТО	Пермский край	Омская область	Вологодская обл.	Курская обл.	Ульяновская	Чувашия
Я рад, что живу здесь	30	26	31	32	26	30	28	18	38
В целом я доволен, но многое не устраивает	36	41	41	43	43	45	38	39	42
Не испытываю особых чувств по этому поводу	10	12	14	14	14	14	16	17	10
Мне не нравится жить здесь, но привык и не собираюсь уезжать	6	6	7	4	6	0	10	14	5
Хотел бы уехать в другой регион России	13	11	4	3	6	3	4	9	3
Хотел бы вообще уехать из России	3	3	3	2	2	2	2	2	1
Затрудняюсь, отказ от ответа, нет ответа	1	1	0	2	1	6	2	2	1
Итого	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Наша гипотеза статистически подтверждается, при насыщении базовых потребностей (безопасности, благополучия) человек начинает выдвигать иные требования.

На табл. 2 отражены межрегиональные сравнения, приведенные регионы характеризуются существенно различным уровнем жизни и различными показателями регионального развития, но в параметрах региональной идентичности гораздо больше сходств, чем различий [1-3, 6]. В этой связи обратим внимание на критерии выбора отношения к региону, определяемые ответами на два взаимосвязанных вопроса: «В чем, по Вашему опыту, состоят особенности нашего региона, его привлекательные и непривлекательные черты?» (табл. 4).

Варианты ответов можно условно разделить по типу мотивации позитивного / негативного отношения к региону на эмоционально-оценочные (отношение к природе, к людям) и рационально-деятельностные (возможности и перспективы). За время наблюдений во всех регионах России доминируют группы людей, выбирающих эмоционально-оценочные суждения, причем как при объяснении позитивных, так и негативных ответов. Различия в частотах демонстрируют только выбор людей в тот или иной момент времени, их отношение, материальное и иные виды состояний. В целом удельные веса позитивных и негативных ответов примерно равны, подавляющая часть жителей ЯНО

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос «В чем, по Вашему опыту, состоят особенности нашего региона, его привлекательные и непривлекательные черты?», % по столбцу от числа опрошенных*

	ЯНАО			Тюменская область		
	2006	2009	2013	2006	2009	2013
А. Привлекательные черты						
Красивая природа	44	58	47	50	54	50
Добрые, душевные люди	28	33	26	26	26	24
Это перспективный для жизни регион	44	22	33	43	27	35
Здесь много возможностей для инициативных людей	18	14	20	20	16	20
Б. Непривлекательные черты						
Слишком суровый климат	78	68	68	59	39	50
Неприветливые люди	7	5	10	12	11	16
Здесь жизнь заглохла	11	22	16	13	16	17
Здесь не любят инициативу	11	9	11	12	10	10

* В данном вопросе допускалось дать более одного ответа, но не более двух по одному из вариантов (А), (Б).

** Тюменская область рассматривается с включением автономных округов

отмечает как отрицательную черту слишком суровый климат (от 78% до 68% в различные периоды), при этом красивую природу отмечают от 44 до 55% уже как положительную черту. Считают арктический регион перспективным для жизни менее трети жителей, и еще пятая часть отмечают возможности для инициативных людей.

Индикатором проблем, наиболее актуальных для жителей региона, являются ответы на вопрос: «Что, по Вашему мнению, необходимо сделать для улучшения жизни населения Вашего населенного пункта, округа, области?».

Наиболее важными проблемами для жителей Ямала являются качество медицинского обслуживания (42%), доступное жилье (40%), занятость (40%), защита от коррупции и криминала (29%). Эти темы актуальны на протяжении всех лет наблюдений. Повышение социального самочувствия населения невозможно без их решения. Жители ЯНАО существенно менее удовлетворены качеством медицинского обслуживания, причем динамика негативна (табл. 5).

Выводы

1. В заключение обратим внимание на фактор «нарушение права на труд», поскольку только в ЯНАО значимость данного фактора резко повышается. Другие рассмотренные нами регионы (юг Тюменской области, ХМАО) такой связи не показывают. В 2013 г. на вопрос «Как часто нарушается ваше право» (в методику включено 11 базовых прав и свобод, см. [7, с. 314-320], 48% опро-

Распределение ответов на вопрос «Что, по Вашему мнению, необходимо сделать для улучшения жизни населения Вашего населенного пункта, округа, области?» (в % от числа опрошенных)

	ЯНАО			Тюменская область*			Россия
	2006	2009	2013	2006	2009	2013	2010
Улучшить медицинское обслуживание	33	33	42	40	31	41	37
Создавать новые рабочие места	50	34	40	50	43	28	44
Строить доступное жилье	н/д	н/д	41	н/д	н/д	41	29
Навести порядок, бороться с криминалом, коррупцией	29	28	29	36	32	11	32
Развивать малый и средний бизнес	19	24	20	24	22	23	14
Решительнее отстаивать интересы региона в центре	31	27	16	26	20	13	11
Быстрее строить новые дороги	15	23	18	14	25	40	15
Усилить государственный контроль за экономикой	23	25	14	21	18	14	18
Улучшать образование	15	11	14	17	12	15	11
Оздоровить природу	18	19	12	21	20	19	24
Расширить самостоятельность региона в решении социальных проблем	н/д	н/д	13	н/д	н/д	14	7

* Тюменская область рассматривается с включением автономных округов

шенных в ЯНАО ответили, что их право на труд часто нарушается (в ХМАО-Югре 43%, и на юге ТО 45%). Однако только в ЯНАО этот фактор оказался жестко связан с социальным самочувствием и региональной идентичностью.

2. Рассматривая отношение россиян к своему региону, следует отметить, что общего в компонентах региональной идентичности гораздо больше, чем различий. В России практически не сформировано то, что принято называть «региональный этнос». Имеются существенные межрегиональные разрывы только в тех местах, где компактно проживают представители иных, чем православие, религиозных конфессий. В остальном пространстве территория проживания влияет на идентичность скорее опосредованно, через восприятие населением компонентов среды, таких как разброс показателей материального благосостояния в регионе, качество управления в регионе, степень благоустроенности социальной и инфраструктурной среды региона.

3. Жители такого специфичного региона, как ЯНАО, большую значимость придают наличию и условиям работы, нарушению права на труд и наличию рабочих мест в регионе. Это обусловлено тем, что в арктический регион люди преимущественно едут для заработка, и нарушение этого права резко снижает для них привлекательность региона и страны в целом. Этот факт не вызывает удивления, но следует обратить внимание на рост числа людей, желающих уехать в другой регион России или другую страну, которое резко повышается с ростом профессионального статуса респондентов.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Бойко И. И. Локальная, региональная и общероссийская идентичности в Чувашии / И. И. Бойко // Социокультурные портреты регионов России: Опыт комплексной реализации: сборник материалов IV Всерос. науч.-практ. конф. Чебоксары: Изд-во ЧГИГН, 2008. С. 109.
2. Когай Е. А. Социально-экономический потенциал модернизационных преобразований региона (на примере Курской области) / Е. А. Когай // Вестник ТюмГУ. Социально-экономические и правовые исследования. 2015. Т. 1. № 2 (2). С. 52-59.
3. Пространственные аспекты развития региона / под общей ред. д.э.н., проф. В. А. Ильина. Вологда: Вологодский научно-координационный центр ЦЭМИ РАН, 2008. 298 с.
4. Ромашкина Г. Ф. Процессы модернизации в регионах Уральского Федерального округа / Г. Ф. Ромашкина // Социологические исследования. 2015. № 1 (369). С. 19-26.
5. Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности / под ред. В. А. Ядова. Л., 1979. С. 47-87 (гл. 3 «Диспозиционная структура»); Процессы идентификации российских граждан в социальном пространстве «своих» и «не-своих» групп и сообществ (1999-2002 гг.). Мастер-класс профессора В. А. Ядова. М.: Аспект Пресс, 2004. 326 с.
6. Социальные аспекты жизни населения Ульяновской области / под ред. Н. В. Дергуновой, А. В. Волкова. Ульяновск: УлГУ, 2008. С. 41, 19.
7. Социокультурная динамика — портрет Тюменской области: коллективная монография / науч. ред. Г. Ф. Ромашкина, В. А. Давыденко. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 2015. 358 с.
8. Stryker S., Burke P. J. The Past, Present and Future of an Identity Theory / S. Stryker, P. J. Burke // Social Psychology Quarterly. December 2000. Vol. 63. No 4. Special Millennium Issue on the State of Sociological Social Psychology. Pp. 284-297.

REFERENCES

1. Boyko I. I. Lokal'naja, regional'naja i obshherossijskaja identichnosti v Chuvashii [Local, Regional, and Nationwide Identity in Chuvashia]. Sociokul'turnye portrety regionov Rossii: opyt kompleksnoj realizacii [Sociocultural Portraits of Russian Regions: Experience Comprehensive Implementation: proceedings of the 4th All-Russian Research and Practice Conference]. Cheboksary: Izd-vo ChGIGN, 2008. 109 p. (In Russian)
2. Kogaj E. A. Social'no-ekonomicheskij potencial modernizacionnyh preobrazovanij regiona (na primere Kurskoj oblasti) [The Socio-economic Potential of Modernization

- Processes within a Region (as Exemplified by Kursk Oblast)]. Vestnik Tjumenskogo gosudarstvennogo universiteta [Tyumen State University Herald]. 2015. No 2 (2). Pp. 52-59. (In Russian)
3. Prostranstvennye aspekty razvitija regiona [Spatial Aspects of Development of the Region] / V. A. Ilyin (ed.). Vologda: Vologodskij nauchno-koordinacionnyj centr [CEMI RAN], 2008. 298 p. (In Russian)
 4. Romashkina G. F. Processy modernizacii v regionah Ural'skogo federal'nogo okruga [The Modernization Processes in Ural Federal District]. Sociologicheskie issledovanija [Sociological Research]. 2015. No 1 (369). Pp. 19-26. (In Russian)
 5. Dispozicionnaja struktura [The Disposition Structure]. Samoreguljacija i prognozirovanie social'nogo povedenija lichnosti [Self-regulation and Predicting an Individual's Social Behaviour] / V. A. Jadov (ed.). Leningrad, 1979. Pp. 47-87; Processy identifikacii rossijskih grazhdan v social'nom prostranstve «svoih» i «nesvoih» grupp i soobshhestv (1999-2002 gg.). Master-klass professora V. A. Jadova [The Processes of Russian Citizens' Identification within Friend/Foe Groups and Communities. Master Class of Professor V. A. Jadov]. Moscow: Aspekt Press, 2004. 326 p. (In Russian)
 6. Social'nye aspekty zhizni naselenija Ul'janovskoj oblasti [Social Aspects of Life of the Population of Ulyanovsk Region] / N. V. Dergunova, A. V. Volkov (eds.). Ulyanovsk: Ulsu (Ulyanovsk State University Publishing House), 2008. Pp. 41, 49. (In Russian)
 7. Sociokul'turnaja dinamika — portret Tjumenskoj oblasti [Sociocultural Dynamics: The Portrait of Tyumen Region: multi-author monograph] / G. F. Romashkina, V. A. Davydenko (eds.). Tyumen: Izdatel'stvo Tjumenskogo gosudarstvennogo universiteta [Tyumen State University Publishing House], 2015. 358 p. (In Russian)
 8. Stryker S., Burke P. J. The Past, Present and Future of an Identity Theory. Social Psychology Quarterly 63.4 (Special Millennium Issue on the State of Sociological Social Psychology). 2000. Pp. 284-97.

Авторы публикации

Ромашкина Гульнара Фатыховна — доктор социологических наук, профессор, заведующая кафедрой математических методов, информационных технологий и систем управления в экономике Финансово-экономического института Тюменского государственного университета

Чапарова Гузель Наильевна — старший преподаватель кафедры математических методов, информационных технологий и систем управления в экономике Тюменского государственного университета

Authors of the publication

Gulnara F. Romashkina — Dr. Sci. (Sociol.), Professor, Head of the Department of Mathematical Methods, Information Technologies and Management Systems in Economics, Tyumen State University

Guzel N. Chaparova — Assistant Professor at the Department of Mathematical Methods, Information Technologies and Management Systems in Economics, Tyumen State University