

Ирина Фёдоровна ПЕЧЕРКИНА¹
Анастасия Александровна КОШКИНА²
Роман Ренатович ХУЗЯХМЕТОВ³

УДК 316.4

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В СОЦИАЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ*

¹ кандидат социологических наук, доцент
кафедры менеджмента и бизнеса,
Тюменский государственный университет
i.f.pecherkina@utmn.ru; ORCID: 0000-0003-4978-0311

² магистр направления «Социология»,
магистерская программа «Экономическая социология»,
Тюменский государственный университет
anastasiyakoshkina1999@mail.ru

³ младший научный сотрудник, научно-исследовательский центр
Финансово-экономического института,
Тюменский государственный университет
r_o_m_a_n_14@mail.ru; ORCID: 0000-0003-0850-4716

Аннотация

В статье рассматриваются современные теоретические и эмпирические проблемы территориальной идентичности в социальном пространстве села и города, актуальность которых обусловлена тем, что представляемые теории процессов социальной идентичности могут использоваться в качестве «эвристической линзы» для изучения, операционализации и верификации процессов идентичности в их взаимосвязи с со-

* Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ (грант № 20-011-00087 «Институциональные факторы и формы развития сельских территорий»).

Цитирование: Печеркина И. Ф. Территориальная идентичность в социальном пространстве / И. Ф. Печеркина, А. А. Кошкина, Р. Р. Хузахметов // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2021. Том 7. № 4 (28). С. 85-101.

DOI: 10.21684/2411-7897-2021-7-4-85-101

циальными изменениями в различных социокультурных и географических контекстах. Теоретической базой послужили *теории процесса идентичности (identity process theory)* и *исследования социальной репрезентации (social representations research)* через «символы статуса» и «статусной ценности» в своей самопрезентации, различные компоненты которых могут быть операционализированы в вопросах по поводу содержания идентичности, ее структуры, процессов и мотивационных принципов, которыми индивиды руководствуются. Эмпирической базой стали исследования территориальной идентичности 2006-2021 гг., проведенные научным коллективом социологов Тюменского государственного университета. Доказательства важности роли процессов идентичности в коммуникативном использовании социальных представлений в понимании своего истинного территориального места получены из анализа данных исследования использования оценки символов своего поселения, региона, страны, мира. Анализ полученных данных территориальной идентичности жителей Тюменской области в динамике 2006-2021 гг. показал отношение к своему региону, и зафиксировано, что проявляется положительная динамика эмоциональной близости к своему месту проживания, идентифицированной как позитивная территориальная идентичность («я рад, что живу здесь»), с ростом в динамике от количества опрошенных (от 31% в 2006 г. до 43% в 2021 г.). Росту региональной идентичности способствует высокий профессиональный статус респондента, его позитивное социальное самочувствие, сравнительно высокое материальное положение. Вместе с тем четко отмечается негативная динамика территориальной идентичности, которая сопряжена с тем, что жители сельских поселений, а также малых и средних городов, в целом не хотят связывать будущее своих детей с их местом проживания.

Ключевые слова

Идентичность, территориальная идентичность, социальная идентичность, теория социальной идентичности.

DOI: 10.21684/2411-7897-2021-7-4-85-101

Введение

Под идентичностью (англ. Identity; лат. Identit as, от латинского корня idem, означающего «то же самое») понимается ментальное свойство индивида в концентрированном виде выражать именно то, как он сам представляет себе свою принадлежность к разным объектам, субъектам, группам, общностям (социальным, экономическим, этническим, профессиональным, языковым, политическим, религиозным, культурным, территориальным, гендерным и др.), или отождествление себя с чем-то/кем-то. В этом смысле понятие использовалось в философии, выяснявшей, что именно делает вещь именно этой вещью, отличной от других («тождественная бытию определенность вещи», Гегель). Постепенно термин «идентичность» стал использоваться для характеристики не «бытия вещей», а для обозначения человеческого бытия, его «самости», приобретая значение «самотождественности», или «личного тождества». Идентич-

ность стала обозначать свойство индивида или группы оставаться «тем же самым», сохраняя свою бытийную (экзистенциальную) сущность и специфику, как воплощение только им присущих свойств и черт.

Раньше всех проблему «личного тождества» (personal identity) осмыслил в XVII в. английский философ Джон Локк. Идентичность индивида или групп в социологии, как правило, стала проявляться в использовании социальных представлений в понятиях «символов статуса» и «статусной ценности». «Новое приращение знания», которое внес в проблему идентичности Г. Тэджфел, заключается в том, что идентификация является важным условием социализации, усвоения человеком (прежде всего это касается детей) схем и образцов (паттернов) поведения в обществе, когда индивид принимает на себя те или иные свои социальные роли. Индивид осознает, что принадлежит к определенной группе (возрастной, профессиональной, религиозной, политической, расовой, этнической), социальным нормам которой нужно обязательно следовать. В этом пункте социальная психология смыкается с социологией, раскрывая явление, наблюдаемое нами как бы со стороны, по поводу групповой принадлежности, межгрупповых отношений, социального восприятия, личностной и территориальной идентичности. Подход социологов в рамках данного вопроса отличается от подхода психологов ровно тем, что если представители социологии имеют дело с социокультурными особенностями идентичности, изучая способы самоопределения социальных групп и анализ механизмов идентификации индивидов в различных сообществах, то психологи ставят акцент на «психических свойствах личности», которые включены в процесс ее самоопределения. Психологи часто не учитывают социальный контекст, который фиксирует тот или иной набор обстоятельств, которые создают и определяют ситуацию, реально затрагивающую человека и его окружение.

В современной терминологии «идентификация» представляет собой констатацию некоего объект-субъектного процесса, определяя его реальные результаты. Понятие же «идентичность» относится к состоянию внутреннего мира индивида как субъективное отнесение себя к определенной социальной группе и в общем виде представляет собой отождествление человека с другими. Для социологов социальная идентификация является маркером «групповых идентификаций личности, то есть самоопределения индивидов в социально-групповом пространстве относительно многообразных общностей как „своих“ и „не своих“» [22]. Возвращаясь к теории Г. Тэджфела, надо признать, что вне идентичности человеческая жизнь склонна к фрагментации и проживанию в потоке несвязанных эпизодов, в которых теряются сами смыслы существования. Утрата смыслов бытия в глубинах человеческой души, завершая распад данной культуры и духовности в душе человека, ускоряет распад общества. В последнее время многие исследователи отмечают процессы потери идентичности, когда утрачивается ощущение живой общности людей, объединенных коллективными ценностями, несущими в себе жизненные смыслы, когда происходит радикальное сужение пространства таких ценностей, выделяется всё большее число

людей, находящихся всё в большей духовной дистанции и от общества в целом и от своих территорий — мест, отбрасывающих людей на «периферию идентификации». В этом контексте очень важны ответы людей на вопросы по социальной и территориальной идентификации, которые заложены в социологический инструментарий «Социокультурной эволюции регионов России».

Теоретические аспекты изучения территориальной идентичности

Теория социальной идентичности (Social Identity Theory), разработанная Г. Тэджфелом, положила начало рассмотрению идентичности как осознания человеком своей принадлежности к определенным группам лиц, которыми в то же время определяется «радиус доверия». Поскольку этими группами могут являться любые общности, которые объединены интересами, деятельностью, ценностями и целями, то выделяется несколько видов социальной идентичности, одним из которых выступает территориальная идентичность. В современных экономико-социологических исследованиях наряду с понятием «территориальная идентичность» используются также «городская идентичность», «региональная идентичность», «местная идентичность», «пространственная идентичность», но все они имеют схожее теоретическое обоснование. Под ними понимается общность, обусловленная своими территориальными границами, в которых сформированы единые интересы, традиции, нормы и устои, в рамках которых формируется социальная идентичность индивида. Отечественные исследователи обозначили термин «территориальная идентичность» как идентичность, связанную с субъективно-личностным освоением пространства, иными словами, формирование идентичности осуществляется путем «переживания» индивидом символов территориальной общности. Формируется образ «Я — член территориальной общности», который имеет не пространственную, а социальную направленность [21, с. 94]. Термин «региональная идентичность» [20, с. 73] понимается как приверженность индивида к определенному региону, который имеет свои исторические предпосылки, территорию, политику, культуру и язык. Е. В. Еремина предложила понимать под «региональной идентичностью» пространственно-структурное образование со всеми своими характеристиками и содержанием, в котором определяется включенность индивида в городское сообщество [5]. Также рассматривается идентичность как набор городских смыслов, посредством которых горожанин формирует связь между собой и городом [19, с. 34].

В научной литературе идентичности, связанные с пространством, территорией, городом, обосновываются, в большинстве случаев, понятием «идентичность места» [3, с. 106]. Многие отечественные исследователи отмечают, что «идентичность места» в разных ее формах является социальной идентичностью, так как индивиды вступают в социальные группы, самоопределяются по отношению к самой группе, к ценностям, нормам, паттернам [4, с. 55]. Так, Н. С. Дягилев вносит определение термину «городская идентичность». Городская идентичность является составляющей социальной идентичности индивида, которая формируется посредством отождествления индивида с конкретной городской категорией

с ее символами. Таким образом, например, городская идентичность понимается как результат, полученный путем когнитивного, аффективного и оценочного аспектов. На городскую идентичность влияют составляющие города, такие как культура, история, политика, социальные и экологические факторы [23, с. 139].

Социальная идентичность предполагает идентификацию себя с группами с целью максимизации позитивной самобытности. Посредством групп индивид может не только определить себя в обществе, но и получить чувство собственного достоинства. Группы выступают инструментом, посредством которого определяется принадлежность индивида к социальным категориям. В рамках теории социальной идентичности операционализируются понятия «внутригрупповой фаворитизм» (ingroup-favoring behavior) и «межгрупповая дискриминация» (intergroup discrimination) [24, с. 79]. Первое понятие отражает предпочтение своей группы в противовес интересам другой группы. Последнее устанавливает различия в оценках своей и другой группы. Таким образом, объясняется установление сходств и различий между представителями разных социальных групп, а именно определяется ценность группы, в которой состоит индивид (ингруппа), и группы, членом которой индивид не является (аутгруппа). Данное объяснение становится результатом когнитивного, ценностного и эмоционального процессов. Когнитивный процесс позволяет определить свою принадлежность к группе, ценностный отражает оценку нахождения в группе, эмоциональный выражает принятие или отвержение группы. Территориальная идентичность, подобно социальной, формируется благодаря трем составляющим. Во-первых, житель должен иметь знания о своем регионе — когнитивный аспект, во-вторых, дать оценку пространству (региону, городу) — оценочный аспект, в-третьих, определить свое отношение к пространству (региону, городу) — эмоциональный аспект.

Социальная идентичность может иметь черты как позитивного, так и негативного характера. Чтобы достичь положительной идентичности, необходимо обратиться к модели, которая включает следующие процессы: социальная категоризация, социальная идентификация и социальное сравнение. Г. Тэджфел обозначил данные шаги как модель «категоризация — идентификация — сравнение» (categorization-identification-comparison) [25, с. 22]. Данная модель основана на том предположении, что при отсутствии враждебности либо конкуренции между группами существует тенденция к предпочтению своей группы, то есть проявление внутригруппового фаворитизма. У истоков становления теории социальной идентичности (Social Identity Theory) стояла парадигма минимальной группы, которая подразумевала отнесение индивида к группе на когнитивном уровне и составляла минимальную групповую категоризацию. Далее привлекает интерес то, как члены группы ведут себя в группе, как оценивают свое пребывание в ней и как отражается данное пребывание на самооценке индивида, то есть проявление социальной категоризации. Таким образом, социальная категоризация определяет не только личность людей, но и их принадлежность к различным социальным категориям. Например, мы определяем себя как человека определенной национальности, определенного вероисповедания, определенного территориального нахождения.

Социальная идентичность определяется как часть «Я-концепции», основанная на знании своей принадлежности к социальной группе или группам вместе с ценностно-аффективной значимостью этого членства [25, с. 24]. Позитивная социальная идентичность в большинстве случаев может возникнуть только при сравнении, поэтому становится явной значимость социальных категорий, поскольку при оценке своей группы индивид сравнивает ингруппу с аутгруппой, вследствие чего обеспечивается положительная социальная идентичность. Социальное сравнение представляет собой процесс, когда люди, не имея стандартов для сравнения, сравнивают свою группу с другой (аутгруппой). Аутгруппа является ключевым звеном в данном процессе сравнения, поскольку члены данной группы могут быть близки к членам другой группы.

Позитивная территориальная идентичность, подобно теории социальной идентичности, может достигаться благодаря трем компонентам, а также процессу социального сравнения. Горожанин, сравнивая свой регион с другим, выделяет для себя пространство, лучшее для жизни, посредством данного сравнения формируется либо позитивная, либо негативная идентичности. Данные векторы влияют на отношение горожанина к региону, на деятельность горожанина во благо города, а также в целом на имидж региона [5]. Если вектор идентичности направлен в негативную сторону, то возможны такие последствия, касающиеся членства индивида в группе [24, с. 69]:

1. Возможно, индивид будет стремиться покинуть группу в силу того, что она не удовлетворяет его потребности, в то время как другая группа внесет вклад в позитивный аспект идентичности. В рамках территориальной идентичности горожанин может мигрировать в другой регион, город, который будет положительно влиять на его жизнь.
2. Если выход из группы будет затруднен, то индивид либо примет отрицательный вектор, либо будет проявлять свою активность в устранении негативных черт. Данное последствие отражается на территориальной идентичности, поскольку, не имея возможности миграции в другой регион, индивид приложит усилия, чтобы негативные черты были устранены и принимали положительный характер.

Социологи исследуют территориальную идентичность под разным углом зрения. Для нашего исследования важной является позиция, представленная в аналитическом докладе М. К. Горшкова по результатам исследования ИС РАН российской идентичности, где отмечается, что изучение территориальной идентичности невозможно без оценки и анализа близости населения с другими жителями, институтами и сообществами, поскольку без данного анализа невозможно понять перспективы формирования групповых интересов, а также в целом перспективы развития региона (города, территории) [14, с. 27]. Необходимо изучить близость или отдаленность («свое — чужое»), а также измерить степень интенсивности близости с помощью коэффициента интенсивности слоевой близости [8, с. 60].

Методы и материалы исследования

Методы исследования включают теоретический и эмпирический виды анализа, сравнительный, исторический и социокультурный подходы. Рассматривались социальные группы, социальные общности и социальные идентичности на данных конкретных социологических исследований. Эмпирические данные были получены в ходе социологических опросов, проведенных в период 2006-2021 гг. коллективом социологов Тюменского государственного университета. Данные более ранних волн исследований представлены в ряде статей и монографий, например, «Социокультурная динамика» [17], «Новая индустриализация» [11], «Атлас модернизации», глава 7 [1]. В 2021 г. было опрошено 1 714 человек, по стратифицированной многоступенчатой выборке, репрезентирующей население региона от 18 до 70 лет по полу, возрасту и территории проживания, ошибка выборки не превышает 3,5% по формуле Паниотто. Анализ данных проведен в процентных распределениях, применялся сравнительный метод, индексный метод, дисперсионный анализ.

Обсуждение результатов

В инструментарии социологов ТюмГУ применялся такой теоретический конструкт, как так называемая «аффективная составляющая» территориальной идентичности, которая на уровне региона измерялась по ответам на вопрос: «Какие чувства Вы испытываете по отношению к региону проживания?», в % от числа опрошенных. Динамика отношения к своему региону все годы мониторинга носит ярко выраженный характер позитивного тренда, рис. 1.

Так, на вопрос о том, какие чувства они испытывают по отношению к своему региону, ответили, что рады жить здесь, 31% в 2006 г., и 43% опрошенных в 2021 г. Еще 41% (в 2006 г.) и 34% (в 2021 г.) в целом довольны, но многое не устраивает. Таким образом, модальный ответ за 15 лет сместился от второго варианта к первому, самому позитивному. «Зона безразличия» колеблется в диапазоне 10-14% и традиционно занимает третий ранг в структуре региональной идентичности. Ранее Г. Ф. Ромашкина и Г. Н. Чапарова по данным социокультурного мониторинга в Тюменской области за 2006-2013 гг. указывали, что росту региональной идентичности способствует высокий профессиональный статус, позитивное социальное самочувствие, высокое материальное положение [13, с. 67]. При этом критический градус резко возрастает среди высокообразованных слоев населения. Весь период мониторинга ответ «хотел бы вообще уехать из России» давали 3-4% опрошенных в регионе, в 2021 г. эта ситуация не изменилась. В цитированной выше статье было проведено сравнение с общероссийскими данными, полученными под руководством Н. И. Лапина и Л. А. Беляевой [1]. В целом по России уровень позитивного отношения к своему региону также колеблется вокруг 40%, снижаясь в отдаленных регионах [14, с. 70]. В социальном пространстве региона на идентичность влияет в основном разброс материального благосостояния, качество управления, качество жизни.

Как сельские жители относятся к региону своего проживания в 2021 г., показано на рис. 2.

Позитивная динамика (тренд) региональной идентичности продолжается и остается доминирующей для 43% сельских жителей в 2021 г. При этом позитивная идентификация снижается в малых городах. Однако диапазон колебаний не превышает ошибки выборки (до 4% между крупным и малым городом и 1% между крупным и сельским поселением).

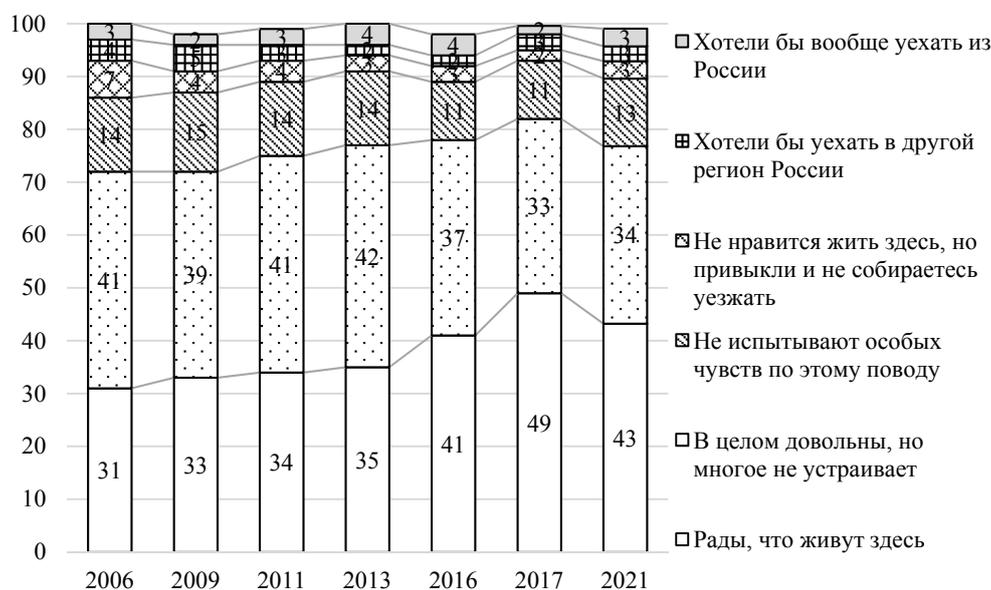


Рис. 1. Динамика аффективной компоненты территориальной идентичности жителей Тюменской области, 2006-2021 гг., % от числа опрошенных

Fig. 1. Dynamics of the affective component of the territorial identity of residents of the Tyumen region 2006-2021, % of the number of respondents



Рис. 2. Аффективная компонента территориальной идентичности жителей поселений различного типа, Тюменская область, 2021 г., % от числа ответивших

Fig. 2. Affective component of territorial identity of residents of settlements of various types, Tyumen region 2021, % of the number of respondents

между сельским поселением и крупным городом), поэтому качественно интерпретировать такие различия можно, только если выделить более значимые социальные слои.

Отметим, что в сельских поселениях существенно выше доля тех, кто в целом доволен, но многое их не устраивает (38%). При этом уровень безразличия значительно выше для городских жителей, чем селян (10% против 14%) в регионе. Миграционные настроения высказывают явно 6-8% опрошенных (причем селяне дают такие ответы чуть реже — 4%), но трудно оценить, является ли это результатом желания давать социально ожидаемые ответы или реальным жизненным фактом.

Миграционные настроения в этих вопросах проявляются чаще, повышаясь с 6% в явных вопросах (рис. 1-2) до 10% в вопросах, отраженных на рис. 3. Но территориальных различий здесь нет. Косвенно проясняют ситуацию ответы на вопрос «Связываете ли Вы свое будущее и будущее своих детей», которые давали жители различных поселений в 2021 г., рис. 3.

Уверенно свое будущее связывают со своим поселением 62% селян, 51% жителей небольших городов и 61% жителей крупного города. Тогда как для своих детей так отвечает 18% селян, 20% жителей небольших городов и 42% жителей столицы региона. Таким образом, миграционные настроения в сельских территориях и небольших городах региона обращены в первую очередь на своих детей и выросли в три и более раз. В крупном городе свое будущее не связывают со своим поселением 10%, а для своих детей — уже 15% жителей. Критерий хи-квадрата Пирсона подтверждает максимальную значимость различий и позволяет отвергнуть нулевую гипотезу об отсутствии различий по типу поселения для данных вопросов, $p < 0 < 001$. При этом для уровня «Свое будущее» Критерий хи-квадрата Пирсона равен 11,5, а для уровня «Будущее своих детей» — 79,5. То есть сила территориальных различий существенно выросла.

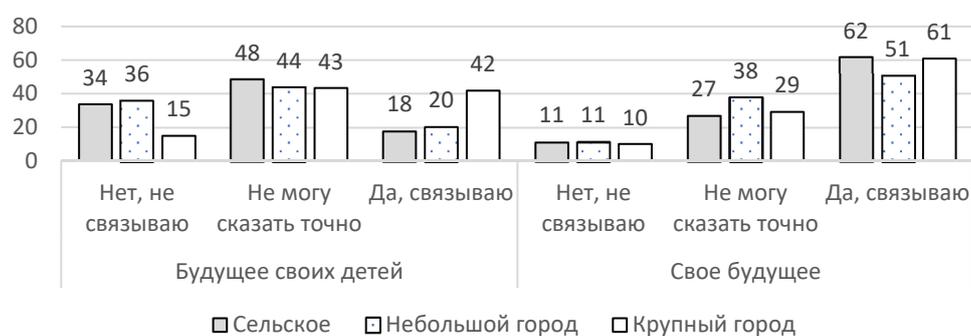


Рис. 3. Связываете ли Вы свое будущее и будущее своих детей с населенным пунктом, где сейчас живете? Тюменская область, 2021 г., % от числа ответивших

Fig. 3. Do you intend to stay and raise your children within the locality where you live now? Tyumen region, 2021, % of the number of respondents

Указанные вопросы демонстрируют прожективную компоненту территориальной идентичности, то есть то, насколько жители региона связывают свое будущее с местом, в котором они живут. Прожективная компонента территориальной идентичности значительно снижается при переходе от своего будущего к будущему своих детей.

Для того чтобы выявить территориальные идентичности жителей региона, были рассмотрены ответы на вопрос «В какой мере Вы чувствуете свою близость или отдаленность («свое — чужое») с такими людьми», рис. 4.

Варианты ответов «свое», «близкое, но не свое» были объединены и отнесены к категории «есть идентичность», варианты «чужое», «далекое, но не чужое» были отнесены к варианту «нет идентичности», вариант «безразлично» оставлен без изменения. Заметно значительное преобладание идентичности на уровне жителей поселения, в котором живут респонденты, который мы далее будем называть «поселенческая идентичность». Так, 73% сельских жителей отмечают свою поселенческую идентичность, в небольших (малых и средних) городах региона так считают уже только 65%, а в крупном городе — только 57%. Уровень безразличия, наоборот, быстро повышается по мере возрастания размера поселения: 16, 25 и 29% в селах, небольших и крупных городах региона соответственно.

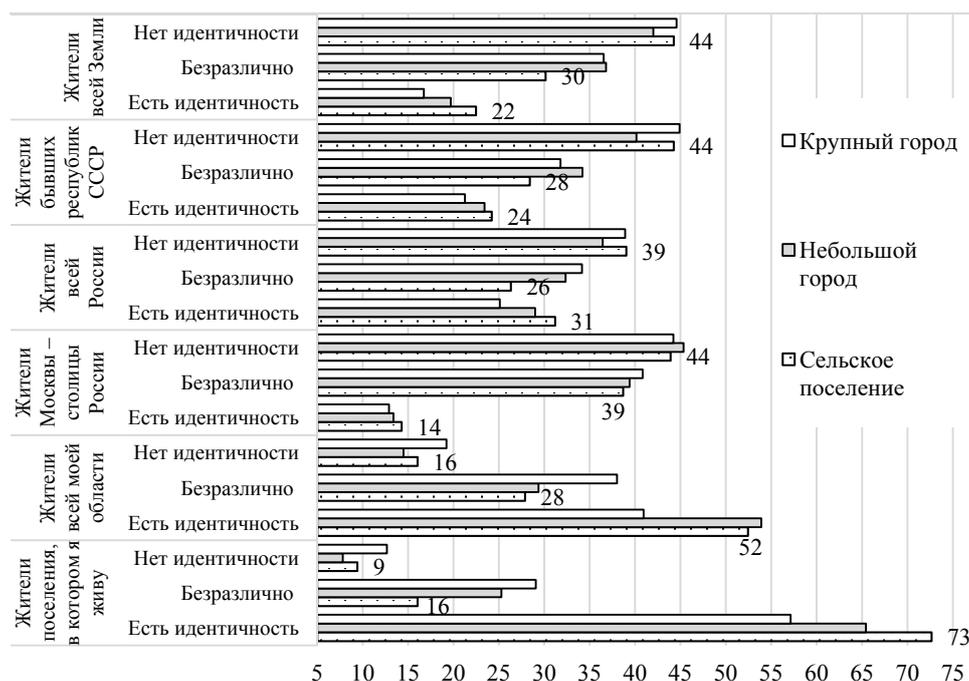


Рис. 4. Структура территориальной идентичности жителей Тюменской области в 2021 г., % от числа ответивших, % указаны для жителей сельских поселений

Fig. 4. The structure of the territorial identity of residents of the Tyumen region in 2021, % of the number of respondents, % are indicated for residents of rural settlements

Чуть менее выражены, но полностью совпадают по направленности структура региональной, всероссийской и всемирной идентичностей. Последние три уровня измерялись через идентификации как свои или близкие для селян, жителей небольших и больших городов соответственно по отношению к жителям своего региона (52, 54 и 41%), всей России (31, 29, 25%) и всей Земли (22, 20, 17%). Идентификация себя с жителями Москвы и бывших республик СССР не зависит от типа поселения, но быстро убывает вместе с возрастом респондента. По отношению к Москве проявляют идентичность 12-14% всех жителей региона, а по отношению к жителям бывших республик СССР — уже 21-24% городских и сельских жителей соответственно (рис. 4). Проверка значимости различий здесь и ниже проводилась на основе индекса Фишера, статистически устойчивыми различия были приняты, если уровень значимости составлял $p < 0,05$. Для того чтобы проанализировать структурные зависимости социальной идентичности, мы вычислили три индекса (через отношение) идентичности и проверили их изменчивость между различными социальными слоями. В формуле индекса (поселенческая к региональной) в числителе стоит доля тех, кто считает своими или близкими жителей поселения (то есть поселенческая идентичность), в которых они живут, а в знаменателе — доля тех, кто считает своими или близкими жителей всего своего региона (то есть региональная идентичность). Значение полученного индекса показывает, во сколько раз поселенческая идентичность превышает идентичности соответствующих уровней. Аналогично рассчитано отношение поселенческой идентичности к всероссийскому и всемирному уровням, см. индексы «поселенческая к всероссийской» и «поселенческая к всемирной» идентичностям, рис. 5.

Наиболее значимо различия проявляются между представителями различных поколений, проживающих в сельских и городских поселениях. Чем старше человек, тем более выражены различия территориальной идентичности. Так, доля поселенческой идентичности поколения старше 55 лет выше всемирной в 6,5 раза среди жителей небольших городов, в 4,3 раза для жителей крупного города и в 3 раза для сельских жителей. Доля поселенческой идентичности поколения моложе 25 лет выше всемирного уровня в 2,5 раза для селян, в 3 раза для жителей небольших городов и в 2,2 раза для жителей крупного города. В средних поколениях такие различия соответственно варьируются в пределах от трехкратного до четырехкратного превышения при переходе от регионального к мировому уровню, см. рис. 5.

Вариация отношения поселенческой идентичности к всероссийской также снижается при переходе от сельских территорий к городским и от старших к самым молодым поколениям. Региональная идентичность ниже уровня поселенческой в 1,2-1,4 раза и практически не варьируется между поколениями жителей самых разных поселений.

Выводы

1. Социокультурные исследования в Тюменской области за 15 лет наблюдений отмечают в целом позитивную динамику отношения жителей к сво-

- ему региону. Такое отношение фиксирует аффективную составляющую территориальной идентичности и занимает 41% от всей выборки в 2021 г.
- Территориальная идентичность в первую очередь проявляется для людей на уровне поселения, в котором они живут. Чем дальше от поселения (регион, страна, весь мир), тем ниже уровень территориальной идентичности. Но важные социальные различия наиболее значимы там, где люди могут сравнивать свою жизнь с жизнью самых разных людей, которых они называют для себя «другие». При этом чем моложе человек, тем меньше такие различия. Молодые люди менее замкнуты на своем поселении, но и для самых молодых, и самых образованных жителей большого города доля поселенческой идентичности выше всемирной в 3-4 раза.
 - Миграционные настроения в явном виде высказывают 6-7% опрошенных. Однако при анализе того, с какой территорией связывают свое будущее жители региона, проявляются самые сильные трансформации.
 - Жители сельских территорий категорически не хотят связывать будущее своих детей со своим поселением, тогда как свое будущее со своим поселением связывают 62% селян. Эти данные вполне согласуются с оценками поселенческой идентичности. Есть поселенческая идентичность для 73% селян, а отказ от поселенческой идентичности высказывают 9% селян.

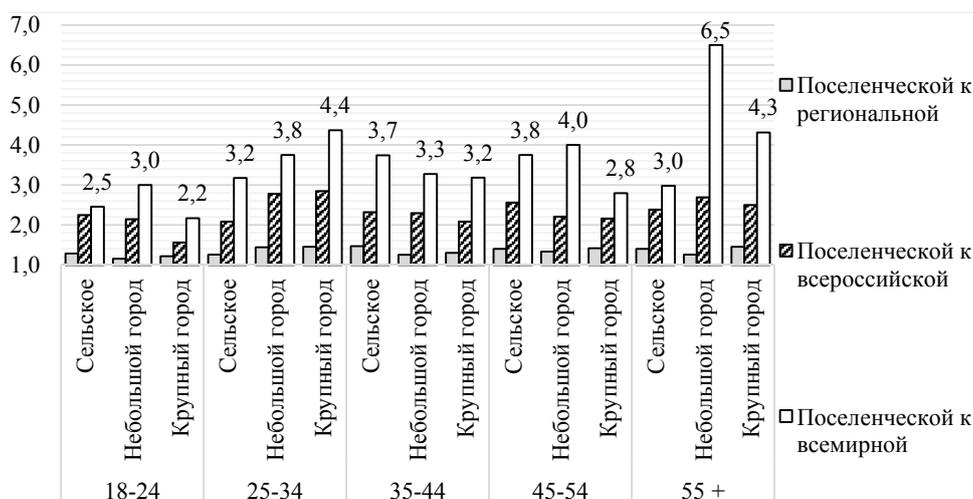


Рис. 5. Межпоколенческие различия преобладания поселенческой идентичности по отношению к региональной, всероссийской и всемирной, в разгах, Тюменская область, 2021 г., значения индекса указаны для жителей сельских поселений

Fig. 5. Intergenerational differences in the prevalence of settlement identity in relation to the regional, all-Russian and global identities, by times, Tyumen region, 2021, the index values are indicated for residents of rural settlements

5. Значительно «проваливаются» компоненты идентичности также и в малых и средних городах региона. Здесь 75% опрошенных в той или иной степени довольны своим местом проживания, 65% показывают позитивную поселенческую идентичность, но только 51% опрошенных связывают свое будущее со своим поселением, а нет поселенческой идентичности только у 8% опрошенных. При этом будущее своих детей со своим городом связывают только 20% жителей.
6. Практически во всех поселениях люди значительно реже связывают будущее своих детей со своим поселением, чем свое будущее. Но самые трагически сильные различия наблюдаются в сельских поселениях и небольших городах региона.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Атлас модернизации России и ее регионов: социоэкономические и социокультурные тенденции и проблемы / сост. и отв. ред. Н. И. Лапин. М.: Весь мир, 2016. 360 с.
2. Голубева Н. А. Территориальная идентичность и ценностные ориентации как фактор структурирования социального пространства / Н. А. Голубева, М. М. Кончаловская // Психологические исследования. 2013. № 32. С. 7.
3. Давыденко В. А. «Идентичность места» как критерий поддержки сетевых взаимодействий: теоретический анализ и эмпирические оценки / В. А. Давыденко, Г. Ф. Ромашкина // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2017. Том 10. № 6. С. 104-119.
4. Дягилев Н. С. Теоретические аспекты городской идентичности / Н. С. Дягилев // Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы. Екатеринбург: УрФУ, 2013. С. 54-59.
5. Еремина Е. В. Региональная идентичность в контексте социологического анализа / Е. В. Еремина // Регионоведение. 2011. № 3. URL: <http://regionsar.ru/node/781> (дата обращения: 29.10.2021).
6. Замятина Н. Ю. Территориальные идентичности и социальные структуры / Н. Ю. Замятина // Общественные науки и современность. 2012. № 5. С. 151-163.
7. Зелетдинова Э. А. Региональная идентичность в фокусе социологического анализа / Э. А. Зелетдинова, В. В. Дьякова, М. Н. Руденко, Е. В. Гайнутдинова // Теория и практика общественного развития. 2020. № 1 (143). С. 14-22.
8. Корепанов Г. С. Региональная идентичность в дискурсе социологии регионального развития / Г. С. Корепанов // Вестник РУДН. 2009. № 4. С. 56-65.
9. Котова М. В. Стратегии поддержания социальной идентичности: значение для теории социальной идентичности и понимания межгрупповых отношений / М. В. Котова // Журнал Высшей школы экономики. 2016. Том 13. № 4. С. 691-711.
10. Левочкина Н. А. Региональная идентичность: понятие и сущность / Н. А. Левочкина // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2016. № 1 (3). С. 446-453.
11. Новая индустриализация: возможности, ограничения и противоречия социокультурного пространства: монография / Е. В. Андрианова, В. А. Давыденко,

- Е. П. Данилова, Н. В. Мальцева, И. Ф. Печеркина и др. Тюмень: Тюменская областная Дума, 2018. 226 с.
12. Радина Н. К. Город в пространстве и времени: проблемы территориальной идентичности в контексте социально-экономических измерений / Н. К. Радина. Нижний Новгород: ДЕКОМ, 2015. 344 с.
 13. Ромашкина Г. Ф. Факторный анализ региональной идентичности на примере арктического региона / Г. Ф. Ромашкина, Г. Н. Чапарова // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2015. Том 1. № 3(3). С. 63-72.
 14. Российская идентичность в социологическом измерении // Информационно-аналитический бюллетень Института социологии Российской академии наук / под общ. ред. М. К. Горшкова. М.: Ин-т социологии РАН, 2008. 140 с.
 15. Самошкина И. С. Территориальная идентичность как предмет социально-психологического исследования / И. С. Самошкина // Вестник РГГУ. Серия: Психология. Педагогика. Образование. 2008. № 3. С. 43-53.
 16. Соловей Л. В. Территориальная идентичность горожан в контексте пространства мегаполиса / Л. В. Соловей, М. И. Ковалева, И. В. Доронина // ИСОМ. 2019. № 3. С. 113-122.
 17. Социокультурная динамика — портрет Тюменской области: коллективная монография // Е. В. Андрианова, И. Я. Арбитайло, Р. М. Ахмедзянова, Я. Н. Дашина, Т. В. Комбарова и др. Тюмень: Изд-во ТюмГУ, 2015. 357 с.
 18. Федотова Н. Г. Формирование городской идентичности: факторный и институциональный аспекты / Н. Г. Федотова // Журнал социологии и социальной антропологии. 2017. № 20 (3). С. 32-49.
 19. Черникова В. В. Формирование региональной идентичности в современной России (на примере Воронежской области) / В. В. Черникова // Вестник ВГУ: история, политология, социология. 2013. № 2. С. 81-87.
 20. Чернявская О. С. Осмысление понятия территориальной идентичности / О. С. Чернявская // Вестник ВятГУ. 2011. № 4. С. 70-76.
 21. Шматко Н. А. Территориальная идентичность как предмет социологического исследования / Н. А. Шматко, Ю. Л. Качанов // Социологические исследования. 1998. № 4. С. 94-98.
 22. Ядов В. А. Социальные и социально-психологические механизмы формирования социальной идентичности личности / В. А. Ядов // Психология самосознания: хрестоматия. Самара: Бахрах-М, 2003. С. 597.
 23. Belanche D. Understanding the cognitive, affective and evaluative components of social urban identity: determinants, measurement, and practical consequences / D. Belanche, L. V. Casalo, C. Flavian // Journal of Environmental Psychology. 2017. Vol. 50. Pp. 138-153.
 24. Tajfel H. Social identity and intergroup behavior / H. Tajfel // Social Science Information. 1974. Vol. 13. No. 65. Pp. 65-93.
 25. Tajfel H. Social psychology of intergroup relations identity / H. Tajfel // Annual Review Inc. 1982. Vol. 33. Pp. 1-39.
 26. Trepte S. Social Identity Theory and Self-Categorization Theory / S. Trepte, L. S. Loy // The International Encyclopedia of Media Effects. 2017. Pp. 1-14.

Irina F. PECHERKINA¹
Anastasia A. KOSHKINA²
Roman R. KHUZIAKHMETOV³

UDC 316.4

TERRITORIAL IDENTITY IN SOCIAL SPACE*

¹ Cand. Sci. (Soc.), Associate Professor,
Department of Management and Business,
University of Tyumen
i.f.pecherkina@utmn.ru; ORCID: 0000-0003-4978-0311

² Master student of Economics Sociology,
University of Tyumen
anastasiyakoshkina1999@mail.ru

³ Junior Researcher of the Research Center,
Institute of Finance and Economics,
University of Tyumen
r_o_m_a_n_14@mail.ru; ORCID: 0000-0003-0850-4716

Abstract

The article examines modern theoretical and empirical problems of territorial identity in rural and urban social space. The relevance of these problems is determined by the fact that application of the theory of social identity can be used as a “heuristic lens” for the study, operationalization and verification of identity formation processes in their interconnection with social changes in socio-cultural and geographical contexts. The article uses identity process theory and social representations research as theoretical basis adopting concepts of “status symbols” and “status value”, various components of which can be operationalized in questions about identity contents, its structure and internal processes, as well as motivational principles

* The research was supported by the Russian Foundation for Basic Research
(grant no. 20-011-00087 “Institutional factors and forms of rural territories development”).

Citation: Pecherkina I. F., Koshkina A. A., Khuziakmetov R. R. 2021. “Territorial identity in social space”. Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research, vol. 7, no. 4 (28), pp. 85-101.

DOI: 10.21684/2411-7897-2021-7-4-85-101

that individuals are guided by. The empirical basis is the study of territorial identity in 2006-2021, conducted by a research team of sociologists of University of Tyumen. Evidence of the importance of identity processes in the verbalization of social representations about territory image is obtained from the respondents' evaluations of the symbols of their settlement, region, country and world as a whole. The analysis of the obtained data on the territorial identity of the Tyumen region, Russia in 2006-2021 shows residents' attitude to the region. It is revealed that there is a positive dynamics of emotional connection to one's place of residence, defined as a positive territorial identity («I am glad that I live here»), which appears in an increase in the corresponding share among respondents (from 31% in 2006 to 43% in 2021). The development of regional identity is associated with respondents' higher professional status, higher social well-being, and relatively higher income. Meanwhile downward trend of territorial identity of the residents of rural areas and smaller cities is detected in their general unwillingness to connect the future of their children with the settlement of their birth and current residence.

Keywords

Identity, territorial identity, social identity, theory of social identity.

DOI: 10.21684/2411-7897-2021-7-4-85-101

REFERENCES

1. Lapin N. I. (ed.). 2016. Atlas of modernization of Russia and its regions: socioeconomic and sociocultural trends and problems. Moscow: Ves Mir. 360 pp [In Russian]
2. Golubeva N. A., Konchalovskaya M. M. 2013. "Territorial identity and values as factors of structuring social space". Psychological research, no. 32, p. 7. [In Russian]
3. Davydenko V. A., Romashkina G. F. 2017. "'Place identity' as a criterion for supporting network communications: Theoretical analysis and empirical estimation". Economic and social changes: facts, trends, forecast, vol. 10, no. 6, pp. 104-119. DOI: 10.15838/esc/2017.6.54.7 [In Russian]
4. Dyagilev N. S. 2013. "Theoretical aspects of urban identity". Proceedings of All-Russian Scientific and Practical Conference "Branding of towns and small cities in Russia: experience, problems, forecast". Yekaterinburg: UrFU. Pp. 54-59. [In Russian]
5. Eremina E. V. 2011. "Regional identity in the context of sociological analysis". Russian Journal of Regional Studies, vol. 29, no. 3. Accessed on 29 November 2021. <http://regionsar.ru/node/781> [In Russian]
6. Zamyatina N. Yu. 2012. "Territorial identities and social structures". Social Sciences and Modernity, no. 5, pp. 151-163. [In Russian]
7. Zeletdinova E. A., Dyakova V. V., Rudenko M. N., Gainutdinova E. V. 2020. "Regional identity in the focus of sociological analysis". Theory and practice of social development, no. 1 (143), pp. 14-22. [In Russian]
8. Korepanov G. S. 2009. "Regional identity in the discourse of regional development sociology". RUDN Journal of Sociology, no. 4, pp. 56-65. [In Russian]
9. Kotova M. V. 2016. "Identity management strategies: Significance for the social identity theory and understanding of intergroup relations". Journal of the HSE, vol. 13, no. 4, pp. 691-711. [In Russian]

10. Levochkina N. A. 2016. "Regional identity: The concept and essence". *International Journal of Applied and Fundamental Research*, no. 1 (3), pp. 446-453. [In Russian]
11. Andrianova E. V., Davydenko V. A., Danilova E. P., Maltseva N. V., Pecherkina I. F., Romashkina G. F., Tarasova A. N., Ushakova Yu. V., Khudyakova M. V., Cheblakov A. L. 2018. *New industrialization: Opportunities, limitations and contradictions of the socio-cultural space: Monograph*. Tyumen: Tyumen region Duma. 226 pp. [In Russian]
12. Radina N. K. 2015. *City in space and time: Problems of territorial identity in the context of socio-economic dimensions*. Nizhny Novgorod: Dekom. 344 pp. [In Russian]
13. Romashkina G. F., Chaparova G. N. 2015. "Factor analysis of the regional identity as exemplified by the Arctic region". *Tyumen State University Herald. Social, Economic, and Law Research*, vol. 1, no. 3 (3), pp. 63-72. [In Russian]
14. Gorshkov M. K. (ed.). 2008. "Russian identity in the sociological dimension". *Information and Analytical Bulletin of Institute of Sociology of Russian Academy of Sciences*. Moscow: Institute of Sociology RAS. 140 pp. [In Russian]
15. Samoshkina I. S. 2008. "Territorial identity as a subject of socio-psychological research". *Bulletin of Russian University for the Humanities. Series: Psychology, Pedagogy, Education*, no. 3, pp. 43-53. [In Russian]
16. Solovey L. V., Kovaleva M. I., Doronina I. V. 2019. "Territorial identity of citizens in the context of megalopolis space". *Historical and Social-Educational Idea*, no. 3, pp. 113-122. [In Russian]
17. Andrianova E. V., Arbitaylo I. Ya., Akhmedzyanova R. M., Dashina Ya. N., Kombarova T. V., et al. 2015. *Socio-cultural dynamics — Portrait of the Tyumen region: Col. monograph*. Tyumen: Publishing House of Tyumen State University. 357 pp. [In Russian]
18. Fedotova N. G. 2017. "Formation of urban identity: Factor and institutional aspects". *Journal of Sociology and Social Anthropology*, no. 20 (3), pp. 32-49. [In Russian]
19. Chernikova V. V. 2013. "Formation of regional identity in modern Russia (exemplified by the Voronezh region)". *Voronezh State University Herald: History, political science, sociology*, no. 2, pp. 81-87. [In Russian]
20. Chernyavskaya O. S. 2011. "Comprehension of the concept of territorial identity". *Bulletin of VyatSU*, no. 4, pp. 70-76. [In Russian]
21. Shmatko N. A., Kachanov Yu. L. 1998. "Territorial identity as a subject of sociological research". *Sociological Research*, no. 4, pp. 94-98. [In Russian]
22. Yadov V. A. 2003. "Social and socio-psychological mechanisms of the formation of a person's social identity". *Psychology of Self-Awareness: Anthology*. Samara: Bakhrakh-M. 597 pp. [In Russian]
23. Belanche D., Casalo L. V., Flavian C. 2017. "Understanding the cognitive, affective and evaluative components of social urban identity: Determinants, measurement, and practical consequences". *Journal of Environmental Psychology*, vol. 50, pp. 138-153.
24. Tajfel H. 1974. "Social identity and intergroup behavior". *Social Science Information*, vol. 13, no. 65, pp. 65-93.
25. Tajfel H. 1982. "Social psychology of intergroup relations identity". *Annual Review Inc.*, vol. 33, pp. 1-39.
26. Trepte S., Loy L. S. 2017. "Social identity theory and self-categorization theory". *The International Encyclopedia of Media Effects*, pp. 1-14.