

Н.Г.Федотова

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ОБЪЕКТ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

В статье анализируется отечественный опыт эмпирических исследований территориальной идентичности, а также методология сбора идентификационной информации.

Ключевые слова: территориальная идентичность, эмпирическое исследование, методы исследования идентичности

Научные исследования территориальной идентичности и различных ее форм (городской, региональной, локальной) становятся все более популярными у современных ученых. Подобная ситуация объясняется тем символическим потенциалом, которым обладает территориальная идентичность в эпоху глобализации, информатизации и в условиях растущей конкуренции территорий за привлечение ресурсов. Известный теоретик современности Мануэль Кастельс в своей работе «Власть идентичности» [1] показал, что в информационном обществе особую роль, помимо этнических и религиозных, приобретают территориальные типы идентичностей, и именно они становятся источником перемен.

Устойчивая и позитивная территориальная идентичность оказывает устойчивое влияние на внутреннюю социокультурную динамику территориальных сообществ и нередко становится основой в создании привлекательного образа места. При этом ресурсный потенциал территориальных форм идентичности все чаще осмысливается в рамках накопления символического капитала места, т.е. совокупности значимых элементов городской среды (архитектура, события, природные явления и пр.), которые приносят ей прибыль в виде известности, узнаваемости и доверия со стороны различных сообществ. Отсюда, например, городская идентичность нередко рассматривается как конкурентное преимущество, которое следует использовать в борьбе за ресурсы и в разработке бренда места [2].

Следует отметить, что в европейской науке проблема территориальной идентичности сложилась в рамках исследований идентичности места, «place identity» (M.Lalli, H.Proshansky, C.Hague, G.Breakwell). При этом социолог Марко Лалли отмечает недостаточность теоретических формулировок и эмпирических материалов в рамках проблемы взаимодействия индивида и локального места и наряду с этим поднимает проблему изучения чувства места, функционирующего на основании совокупности символических средств, обеспечивающих привязанность к месту [3, с. 285-303].

На данный момент территориальные (локальные) идентичности остаются недостаточно изученными и в российской науке, особенно на фоне научного интереса к идентичностям национальным и этническим. И «если к региональным идентичностям российские исследователи периодически все же обращались (чаще всего в контексте изучения политических процессов), то локальные идентичности оказались настолько забытыми отечественными гуманитариями, что место социологов, этнографов и культурологов чаще стали занимать географы» [4, с. 29]. Несмотря на то, что отечественный дискурс территориальной идентичности стал приобретать устойчивые черты, все же «эмпирические исследования различных видов идентичности характерны в основном для зарубежной науки» [5, с. 54]. Такая ситуация вызывает актуальность проведения эмпирических исследований территориальной идентичности, основанных на эффективных методиках сбора информации.

Основным подходом к исследованию территориальной идентичности в наши дни признается конструктивизм, позволяющий рассматривать данный феномен как динамичный конструкт. Территориальная идентичность, понимаемая как совокупность территориальных смыслов, обеспечивающих процесс отождествления с территорией через значимые для человека символические средства (образы, концепты, коды и пр.), конструируется посредством установления символической связи между личностью и территорией. Причем именно уникальные характеристики территории становятся основой для положительного восприятия и «переживания» своей принадлежности к местности. Нередко ученые, особенно в рамках ресурсного подхода к идентичности, для проведения сравнительных исследований, выделяют внутреннюю идентичность, характерную для жителей территории, и внешнюю, как результат идентификации территории представителями внешней среды.

Процесс территориальной идентификации весьма сложен, на него воздействуют различные факторы (политические, экономические и пр.). Для местного сообщества особое значение приобретают такие из них, которые позволяют управлять процессом формирования территориальных смыслов. Рассматривая данную проблему в рамках городской идентичности, А.Согомонов полагает, что города, оказавшиеся в условиях растущей конкуренции, вынуждены формулировать свое аутентичное качество и осуществлять поиск городской идентичности, однако «почти нигде этот поиск не реализуется как совместный культурный проект» [6]. Для этого необходимы исследования территориальной идентичности в городах и регионах, а их результаты могут быть использованы местными элитами для преобразования территорий.

Между тем эмпирические срезы территориальных форм идентичностей осложняются рядом трудностей, среди которых символическая природа и латентный характер данного феномена, т.е. территориальные смыслы

проявляются лишь во взаимодействии людей. Поэтому исследователю приходится извлекать информацию «из общественного сознания путем опросов, исследования средств массовой информации, анализа исторических источников и т.п.» [7, с. 98]. Даже обычный опрос потребует тщательной подготовки, поскольку респонденты не всегда способны осмыслить и передать нужную информацию.

Рассмотрим отечественный опыт эмпирических исследований территориальной идентичности и ее различных форм — локальной, региональной, городской, поскольку все они представляют собой способы изучения особенностей идентификации с местом, характера символической связи между человеком и территорией.

Эмпирическое исследование территориальной идентичности часто требует проведения репрезентативного опроса местных жителей, нередко массового. Так, О.И.Вендина в анализе московской идентичности использовала квартирный опрос 3500 москвичей в зависимости от места проживания, возраста, образования респондентов, в результате которого выявила консолидирующую роль городской идентичности и ее ценностные основания, способные поддержать интеграцию москвичей и работать на позитивные гражданские цели [8].

Фокус-группа и углубленное интервью, включая экспертное, являются едва ли не самым популярным методом качественного эмпирического среза территориальной идентичности. В частности, при анализе сибирской идентичности А.Анисимова и О.Ечевская использовали методологию, сочетающую возможности экспертного опроса и лейтмотивных интервью, где в качестве респондентов выступили обычные сибиряки и профессиональные эксперты. Данная стратегия, включавшая три плана (изучение биографий информантов; интервьюирование носителей сибирской идентичности и экспертов; сравнение полученных в трех городах сведений), позволила специалистам «описать максимально широкий спектр различий в представлениях о содержании и контекстах актуализации сибирской идентичности, а также ключевые основания этих различий» [9, с. 18].

Е.В.Морозова и Е.В.Улько также построили эмпирическое исследование идентичности Краснодарского и Ставропольского краев на качественном срезе информации, проверяя гипотезу о том, что чем выше уровень локальной идентичности, тем больше участий жителей в решении проблем территориального сообщества. В качестве методов использовались «фокусированное групповое интервью, применялись также метод ранжирования (модификация методики Е.Н.Даниловой)» [10, с. 141] и одна из методик, о которых будет сказано ниже. В ходе опроса (67 участников) авторы выявили пять типов локальной идентичности и элементы, на основе которых происходит идентификация с территорией.

Следовательно, эмпирическое изучение территориальной идентичности, как правило, базируется на комплексной методологии с приоритетом качественных срезов идентификационной информации, что объясняется сложностью изучаемого явления. Комплексность же позволяет исследователю решать целый ряд задач и выявлять различные аспекты идентичности. И чем масштабнее исследовательский проект, тем более сложна методология, которая нередко включает богатый эмпирический массив.

Так, целью одного из проектов стало исследование локальных (городских) идентичностей в ряде городов России (Владимир, Смоленск, Ярославль и пр.) как основы формирования устойчивых местных сообществ в рамках проблемы повышения уровня социального доверия и солидаризации. Авторами проекта были предусмотрены не только репрезентативные массовые опросы. В некоторых городах для подтверждения гипотезы о том, что «раскрытие сообществ / солидарностей / доверия людей можно осуществить на основе развития рамочной коллективной идентичности, связанной с местом проживания людей» [11, с. 30] исследователи применяли методики полуструктурированного экспертного интервью и дискуссионных фокус-групп. В основу эмпирического среза была положена следующая структура локальной идентичности: значимое (центральное) место; представления о локальной географии; пантеон героев города; мифы, ценности, святыни, самостояния / гордости; представления о структуре сообщества; ритуалы воспроизводства идентичности.

Группа исследователей в рамках реализации проекта «Пермь как стиль» провела эмпирическое исследование пермской идентичности также при помощи социологических и культурно-антропологических исследований, включая массовый опрос «жителей Перми в декабре 2012 года по квотной репрезентативной выборке методом стандартизированного интервью» [4, с. 6]. Проблема локальной идентичности, поднятая авторами, была рассмотрена через анализ пермского стиля, образа пермяка, символов Перми, пермского характера и особенностей гражданственных, образовательных, творческих, экономических практик Перми.

Программа эмпирического исследования Н.К.Радиной, основанная на выявлении динамических трансформаций нижегородской идентичности, была организована путем сравнительного анализа идентификационных кодов горожан, разделенных временным лагом в 12 лет. Она использовала три среза: символический, в виде «неструктурированного проблемно-ориентированного (проективного) интервью, моделирующего разговор в поезде» [12, с. 60], социально-психологический — через прямой опрос жителей региона (на основании трехступенчатой анкеты) и социально-политический — по данным «Техники репертуарных решеток» Келли, показывающей предпочтения горожан в отношении представителей власти [12, с. 60].

Отметим, что эмпирический анализ территориальной идентичности нередко проводится с использованием методик, сложившихся в рамках изучения образа места. Это объясняется тем, что образ места также формируется у человека на основании визуальных и вербальных следов (картинок, названий, цветов,

символов и пр.) восприятия места, тех ассоциаций, с помощью которых оно идентифицируется. Так, территориальная идентичность изучается с помощью ментальных карт, получивших свое распространение благодаря Кевину Линчу, который использовал их для изучения образа города. Ментальные карты позволяют определить особенности восприятия людьми городской территории, найти значимые места, с помощью которых идентифицируется город (аллеи, имена, памятники, народные промыслы и пр.). Данные исследования нередко предполагают изучение образа территории через взгляды жителей, ведь респонденты изображают или указывают то, что в большей степени актуально для них. И.С.Самошкина в эмпирическом анализе феномена территориальной идентичности для получения сведений об образе места, его оценки и выявления неосознаваемых аспектов идентичности использовала следующие методики: сочинение на тему «Мой район», метод неоконченных предложений, метод «10 качеств района», психологический рисунок «Мой район» [13]. Следует заметить, что методика завершения предложений использовалась также и в исследовании Е.В.Морозовой и Е.В.Улько.

Кроме того, эмпирическое исследование территориальной идентичности нередко предполагает анализ текстов (контент-анализ, нарративный анализ и пр.), направленных на обнаружение символических связей, скрепляющих человека и территориальную среду, обеспечивающих привязанность человека к месту. В таких исследованиях применяются методы интерпретации текстов, которые условно можно отнести к дискурсивному анализу, преследующему цель вскрыть «невидимое», исследовать смыслы, прикрепленные к словам, фразам, а также контекстам их актуализации.

Если дискурс является способом символического производства территориальных значений и ассоциаций, то территориальная идентичность — это результат доминирующих дискурсов, а тексты — репрезентанты территориальной идентичности, отражающие идентификационные коды. Дискурсивный анализ текстов призван выявлять глубинные штрихи территориальной идентичности путем изучения ментально укорененных значений. В качестве эмпирических данных для дискурсивного анализа используются тексты самых разных дискурсов: политического (тексты политиков, документы), научного (статьи, интервью), художественного (кинофильмы, сказки), туристического (туристические сайты) и пр. Такой масштаб эмпирических материалов создает определенные трудности для исследователя, приводя его к необходимости выбора, в соответствии с задачами проекта, тех или иных дискурсивных практик. Так, в Ханты-Мансийском округе — ЮГРЕ для изучения территориальной идентичности как ресурса формирования бренда специалисты использовали контент-анализ «ценностного поля в сообщениях окружных СМИ» [14]. В исследование были включены местные и федеральные издания, где с помощью специальной методики анализа текстов, позволяющих выявить ценностные ориентации населения, были определены перспективы создания благоприятного бренда округа.

В завершении, осветим некоторые аспекты эмпирического исследования новгородской идентичности, проведенного в 2016—2017 гг. в рамках изучения структуры территориальной идентичности, ее ресурсного потенциала и стратегий формирования. Для проведения эмпирического среза мы использовали понятие «маркер территориальной идентичности», которое позволило конкретизировать предмет исследования и обозначить репрезентантов идентификационной информации. Маркеры (символические маркеры) территориальной идентичности — это визуальные и вербальные фиксаторы территориальной идентичности, которые представляют информацию о территории в конкретных знаковых носителях [15]. Использование идентификационных маркеров, представляющих доминирующие образы, концепты, бренды, коды территории, как универсальной знаковой категории, позволило в рамках проекта проводить сравнительные эмпирические исследования территориальной идентичности, в том числе полученные с помощью разных методик.

Эмпирическое исследование новгородской идентичности проводилось в два этапа. Цель первого — определить аутентичные новгородские смыслы, с помощью которых поддерживается сопричастность жителя Великого Новгорода с территорией, строится отличие новгородцев от всех прочих. Среди методов применялись: а) качественный экспертный опрос с квотой экспертов по виду деятельности (всего было опрошено 23 эксперта в области политики, бизнеса, науки и пр.) и использованием структурированного опросника, включающего элементы открытых и полузакрытых вопросов; б) контент-анализ пяти ведущих региональных СМИ. Данная методология позволила определить ключевые маркеры новгородской идентичности, выявить степень их позитивности и контексты актуальности, а также направления использования символического ресурса идентичности в преобразовании территории.

Целью второго этапа стало уточнение полученных результатов с позиции обычных новгородцев и решение ряда дополнительных задач, проясняющих специфику новгородской идентичности (элементы территории, передающие «дух места», основания для эмоциональной связи с территорией, перспективы создания позитивного образа и пр.). Эмпирические данные были получены путем качественного опроса жителей Великого Новгорода, с элементами вербализованной ментальной карты. Для отобранных 53 респондентов (с квотой по возрасту, сфере деятельности, времени проживания и пр.) было предложено заполнить опросный лист, составленный преимущественно из открытых вопросов. При этом вербализация ментальных карт предполагала, что на некоторые вопросы вместо рисунков респонденты путем письменной речи называли и описывали то, как они видят свой город, что позволило отойти от психологической основы метода и сделать его более универсальным.

В целом же результаты, полученные на примере эмпирического исследования новгородской идентичности, подтвердили гипотезу проекта о структурных компонентах, формирующих идентификационные

связи с территорией, куда входят как правило, известные личности, природные объекты и ландшафт, символы, бренды, статусы территории, названия, памятники, события истории и культуры, визуальные особенности места.

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Новгородской области в рамках научного проекта № 16-13-53002 «Территориальная идентичность как символический ресурс региона».

1. Castells M. The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. II. Wiley-Blackwell, 2010. 584 p.
2. Anholt S. Editorial Place branding: Is it marketing, or isn't it? // Place Branding and Public Diplomacy. 2008. Vol. 4. № 1. P.1-6.
3. Lalli M. Urban-related identity: Theory, measurement and empirical findings // Journal of Environmental Psychology. 1992. № 12. P. 285-303.
4. Стилистические особенности пермской городской идентичности. СПб., 2014. 272 с.
5. Дягилева Н.С. Теоретические аспекты городской идентичности // Брендинг малых и средних городов: опыт, проблемы, перспективы. Екатеринбург, 2013. С. 54-59.
6. Согомонов А.Ю. Современный город: стратегия идентичности [Эл. ресурс] // Неприкосновенный запас. 2010. № 2 (70). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/2/so21.html> (дата обращения 01.07.2017).
7. Смирнягин Л.В. О региональной идентичности // Пространство и время в мировой политике и международных отношениях: Материалы 4-го Конвента РАМИ: В 10 т. Т. 2: Идентичность и суверенитет: новые подходы к осмыслению понятий. М., 2007. С. 81-107.
8. Вендина О.И. Московская идентичность и идентичность москвичей // Известия РАН. Серия географическая. 2012. № 5. С. 27-39.
9. Анисимова А., Ечевская О. «Сибиряк»: общность, национальность или «состояние души»? // Laboratorium. 2012. № 3. С.11-41.
10. Морозова Е.В., Улько Е.В. Локальная идентичность: формы актуализации и типы // Политическая экспертиза. Политекс. 2008. № 4. С. 139-151.
11. Крупкин П.Л. К вопросу о «гражданской религии» РФ: локальные идентичности Ростова-на-Дону и Ярославля // Социология религии в обществе Позднего Модерна: Сб. статей. Белгород, 2014. С. 29-35.
12. Радина Н.К. Город в пространстве и времени: проблемы территориальной идентичности в контексте социально-экономических изменений. Нижний Новгород, 2015. 344 с.
13. Самошкина И.С. Территориальная идентичность как социально-психологический феномен // Вопросы психологии. 2008. № 4. С. 99-106.
14. Наумов Д. Н. Региональная идентичность как главный фактор формирования благоприятного бренда территории (на примере ХМАО-ЮГРЫ) [Эл. ресурс] // Современные проблемы науки и образования (Электронный научный журнал). 2012. № 5. URL: <http://www.science-education.ru/105-7151> (дата обращения 01.07.2017).
15. Архипова А.Э., Федотова Н.Г. Маркеры территориальной идентичности как символическая основа брендинга места [Эл. ресурс] // Ученые записки НовГУ. 2016. № 6. URL: <http://www.novsu.ru/univer/press/eNotes1/i.1086055/?id=1228534> (дата обращения 01.07.2017).

References

1. Castells M. The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. II. Wiley-Blackwell, 2010. 584 p.
2. Anholt S. Editorial Place branding: Is it marketing, or isn't it? // Place Branding and Public Diplomacy. 2008. Vol. 4. № 1. P.1-6.
3. Lalli M. Urban-related identity: Theory, measurement and empirical findings // Journal of Environmental Psychology. 1992. № 12. P. 285-303.
4. Stilisticheskie osobennosti permskoy gorodskoy identichnosti. SPb., 2014. 272 s.
5. Dyagileva N.S. Teoreticheskie aspekty gorodskoy identichnosti // Brending malykh i srednikh gorodov: opyt, problemy, perspektivy. Ekaterinburg, 2013. S. 54-59.
6. Sogomonov A.Yu. Sovremennyy gorod: strategiya identichnosti [El. resurs] // Neprikosnovenny zapas. 2010. № 2 (70). URL: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/2/so21.html> (data obrashcheniya 01.07.2017).
7. Smirnyagin L.V. O regional'noy identichnosti // Prostranstvo i vremya v mirovoy politike i mezhdunarodnykh otosheniyakh: Materialy 4-go Konventa RAMI: V 10 t. T. 2: Identichnost' i suverenitet: novye podkhody k osmysleniyu ponyatiy. M., 2007. S. 81-107.
8. Vendina O.I. Moskovskaya identichnost' i identichnost' moskvichey // Izvestiya RAN. Seriya geograficheskaya. 2012. № 5. S. 27-39.
9. Anisimova A., Echevskaya O. «Sibiryak»: obshchnost', natsional'nost' ili «sostoyanie dushi»? // Laboratorium. 2012. № 3. S.11-41.
10. Morozova E.V., Ul'ko E.V. Lokal'naya identichnost': formy aktualizatsii i tipy // Politicheskaya ekspertiza. Politeks. 2008. № 4. S. 139-151.
11. Krupkin P.L. K voprosu o «grazhdanskoj religii» RF: lokal'nye identichnosti Rostova-na-Donu i Yaroslavl'ya // Sotsiologiya religii v obshchestve Pozdnego Moderna: Sb. statey. Belgorod, 2014. S. 29-35.
12. Radina N.K. Gorod v prostranstve i vremeni: problemy territorial'noy identichnosti v kontekste sotsial'no-ekonomicheskikh izmeneniy. Nizhniy Novgorod, 2015. 344 s.
13. Samoshkina I.S. Territorial'naya identichnost' kak sotsial'no-psikhologicheskii fenomen // Voprosy psikhologii. 2008. № 4. S. 99-106.
14. Naumov D. N. Regional'naya identichnost' kak glavnyy faktor formirovaniya blagopriyatnogo brenda territorii (na primere KhMAO-YUGRY) [El. resurs] // Sovremennye problemy nauki i obrazovaniya (Elektronnyy nauchnyy zhurnal). 2012. № 5. URL: <http://www.science-education.ru/105-7151> (data obrashcheniya 01.07.2017).
15. Arkhipova A.E., Fedotova N.G. Markery territorial'noy identichnosti kak simvolicheskaya osnova brendinga mesta [El. resurs] // Uchenye zapiski NovGU. 2016. № 6. URL: <http://www.novsu.ru/univer/press/eNotes1/i.1086055/?id=1228534> (data obrashcheniya 01.07.2017).

Fedotova N.G. Territorial identity as object of empirical study. Russian empirical research on territorial identity and methods for collecting identification information are analyzed in this paper.

Keywords: territorial identity, empirical research, methods of research identity.

Сведения об авторе. Н.Г.Федотова — кандидат философских наук, доцент кафедры теории истории и философии культуры НовГУ, fedotova75@mail.ru.

Статья публикуется впервые. Поступила в редакцию 16.08.2017.