

Зелетдинова Эльвира Анваровна

доктор политических наук, профессор,
профессор кафедры гуманитарных наук
и психологии Астраханского государственного
технического университета

Дьяков Олег Юрьевич

кандидат политических наук, доцент
кафедры гуманитарных наук и психологии
Астраханского государственного
технического университета

ОСОБЕННОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И МЕСТНОГО ПАТРИОТИЗМА ЖИТЕЛЕЙ АСТРАХАНСКОЙ ОБЛАСТИ [1]

Аннотация:

Статья посвящена анализу патриотизма в структуре гражданской идентичности, поскольку данная проблема является одной из ключевых в рамках консолидации населения страны и обеспечения ее эффективного развития. Федеративное государственное устройство России актуализует исследование процесса и форм самоотождествления граждан посредством пространственно-территориального признака, в том числе анализа патриотизма через призму дихотомии «любовь к Отечеству – любовь к малой родине». Описаны основные направления исследований данных феноменов в отечественной науке, как междисциплинарных, так и собственно социологических, – о соотношении указанных категорий, о вариантах типологизации патриотизма. Представлены результаты конкретного социологического исследования, проведенного среди жителей Астраханской области по репрезентативной выборке. Освещены вопросы когнитивной, аффективной, коннотативной составляющих региональной идентичности и ее компонента – местного патриотизма.

Ключевые слова:

патриотизм, региональная идентичность, гражданская идентичность, местный патриотизм, патриотические ценности.

Zeletdinova Elvira Anvarovna

D.Phil. in Political Science, Professor,
Humanities and Psychology Department,
Astrakhan State Technical University

Diakov Oleg Yurevich

PhD in Political Science, Associate Professor,
Humanities and Psychology Department,
Astrakhan State Technical University

FEATURES OF REGIONAL IDENTITY AND LOCAL PATRIOTISM OF RESIDENTS OF THE ASTRAKHAN REGION [1]

Summary:

The study focuses on the analysis of patriotism in the structure of civil identity as one of the key issues in the consolidation of the country's population and ensuring its effective development. The Federal state structure of Russia actualizes the study of the process and forms of self-identification of citizens by means of a spatial and territorial feature, including the analysis of patriotism through the prism of the dichotomy "love for the Fatherland – love for a small homeland". The main directions of research of these phenomena in Russian science about the correlation of the studied categories, about variants of typology of patriotism, both interdisciplinary and actually sociological, are described. The results of a specific sociological study conducted among residents of the Astrakhan region on a representative sample are presented. The questions about the cognitive, affective, connotative components of regional identity and its component, being local patriotism, are highlighted.

Keywords:

patriotism, regional identity, civic identity, local patriotism, patriotic values.

Поиск факторов стабильного развития российского общества – вопрос актуальный уже не одно десятилетие как для общественных дискуссий на разных уровнях, так и для научных исследований. Степень сплоченности населения на общегражданской основе является не только одной из важнейших характеристик эффективного развития страны, но и переменной, изменяющейся в силу воздействия разных факторов, в том числе особенностей геополитической ситуации и усиления глобализации. Вопросы становления гражданской идентичности россиян, определения степени ее сформированности, анализа факторов и механизмов процесса гражданской идентификации, повышения уровня патриотизма активно артикулируются не только научным сообществом, но и представителями власти, в том числе и Президентом РФ.

Особую значимость в свете актуальной проблемы солидарности и консолидации населения российского государства приобретает анализ патриотизма в структуре гражданской идентичности. Идентичность – это отношение, наполняемое положительными эмоциями; индивид не будет себя идентифицировать с отрицательно им оцениваемым объектом. Согласно результатам различных социологических опросов показатели патриотизма и гражданской идентичности являются высокими в периоды стабильного развития общества и в особые исторические моменты как

позитивного (победы на Олимпиадах, успехи России на мировой арене и другое), так и негативного характера (природные катаклизмы, террористические угрозы и т. д.), в то время как, к примеру, экономический кризис приводит к резкому снижению этих индексов.

В научной литературе такие понятия, как «гражданская идентичность», «патриотизм», «гражданственность» часто используются в качестве комплементарных [2]. В то же время В.В. Гаврилюк, В.В. Маленков определяют патриотизм как ценностную составляющую гражданственности [3], а Р.Ю. Шикова считает патриотизм и гражданственность отдельными и взаимосвязанными элементами гражданской идентичности [4]. Н.Ю. Кравченко связывает патриотизм с эмоционально-аффективной составляющей гражданской идентичности (уровень «Я-психическое») [5].

Для федеративного государства в рамках поиска способов консолидации населения на общегражданской основе особое значение приобретает анализ региональной идентичности. Спорным вопросом остается оценка данного явления, его интерпретация как дезинтегрирующей идентичности или совпадающей с гражданской. С точки зрения структуры гражданской идентичности патриотизм может проявляться в двух своих разновидностях, определенных пространственно-территориальными характеристиками, – как российский (государственный) и региональный (местный) патриотизм, которые неодинаково проявляются в разные периоды времени.

Анализ местного патриотизма, в том числе через призму теории идентичности, – слабо разработанная тема как в социологии, так и в рамках междисциплинарных исследований. В то же время нельзя не отметить некоторые работы отечественных ученых. И.А. Халий, основываясь на результатах подробных интервью с городскими жителями, касающихся их жизни в конкретном населенном пункте и личного отношения к малой родине, выделяет три типа патриотизма: безоговорочный (в основе лежит чувство беспрекословной любви), преобразовательный (характеризуется критическим осмыслением, наличием мнения о необходимости совершенствования места проживания до лучших образцов) и индифферентный (отсутствие готовности предпринимать какие-либо действия для решения проблем, совершенствовать жизнь, стремление сменить место жительства) [6]. Е.В. Морозова, Е.В. Улько разработали типологию локальной идентичности, в основе которой лежат такие параметры, как готовность к социально-образовательной активности в интересах жителей территориального поселения, степень выраженности и эмоциональная окраска отношения к такой поведенческой характеристике, как самоотождествление с представителями локального (регионального) сообщества [7].

В данной статье будут освещены некоторые результаты социологического исследования, проведенного на территории Астраханской области в 2019 году ($N = 846$, метод – анкетирование, выборка – гнездовая, квотная) с целью изучения мнения жителей о своем регионе, их приоритетных ценностей и ориентаций.

Среди опрошенных можно выделить две основные группы респондентов – тех, кто родился в регионе (75 %), и тех, кто приехал на жительство из других мест (25 %). У 80 % респондентов предки (родители, бабушки / дедушки, другие старшие родственники) жили на территории Астраханской области.

54,3 % опрошенных идентифицируют себя с гражданской общностью («Я россиянин»), 12,1 % – с региональной («Я астраханец»), 19,3 % – с этнической, 8,6 % – с конфессиональной. Превалирование общегражданской идентичности над региональной и этнической – относительно устойчивый показатель, фиксируемый в течение последних двух десятилетий по результатам многочисленных социологических исследований как в Астраханской области, так и в России в целом [8].

Подавляющее большинство жителей Астраханской области (72 %) назвали себя патриотами. При этом 16,4 % респондентов определяют патриотизм как «исполнение законов», 8,6 % – как «готовность помочь государству». Самый распространенный ответ среди опрошенных (69,2 %) – «любовь к своей Родине». Необходимо уточнить, что такая трактовка патриотизма как концепта научного и обыденного сознания является общеупотребительной и подчеркивает эмоционально-чувственный аспект данного понятия. Однако следует помнить о разных направлениях конкретизации смысла, вкладываемого человеком в концепт «родина». Возможны следующие варианты: страна; народ; культура, религия, язык и история народа; родная земля, родная природа, отчий край; дом, место, где выросли, старые друзья и т. д. [9]. Так, например, в начале 2000-х большинство россиян слово «патриотизм» отождествляло с «малой родиной» – родным городом, селом, семьей, домом, близкими, то есть с ближним социальным окружением. В.К. Левашев объясняет это низким уровнем доверия населения к государственным структурам и проводимой ими политике [10].

При оценке ситуации с патриотизмом в Астраханской области в сравнении с другими регионами каждый третий респондент затруднился с ответом. Были названы следующие варианты 22,1 % – «хуже, чем в других регионах» (в качестве уточнения указывали Москву, Санкт-Петербург, Татарстан, Краснодар), 27,1 % – «такая же плохая», 15,7 % – «такая же хорошая» (чаще всего как

регион, в котором ситуация такая же хорошая и такая же плохая, указывали соседнюю Волгоградскую область), 4,3 % – «лучше» (как пример был назван другой соседний субъект РФ – Калмыкия).

35,49 % респондентов не хотят уезжать из Астраханской области. Среди основных направлений возможного переезда опрошенными были названы: другой регион России (33,1 %), другая страна (18,3 %) и другой населенный пункт в пределах области (3,5 %).

Следует отметить, что была выявлена корреляционная зависимость между показателями «желание переехать» и «оценка ситуации в регионе» – чем хуже респонденты оценивали ситуацию в Астраханской области, тем чаще они заявляли о готовности переехать в другой регион в случае появления такой возможности. И наоборот, не собираются никуда уезжать те, кто считает, что ситуация в регионе их проживания лучше или такая же хорошая, как и в других субъектах РФ.

55,8 % ощущают свою солидарность с другими жителями региона, а 36,4 % – нет. Респонденты испытывали чувство единства с астраханцами во время участия в массовых мероприятиях (демонстрациях, праздновании Дня города, Дня победы, шествии «Бессмертный полк», митингах и т. д.), в связи с общими традициями и ценностями («многонациональный регион», «праздники отмечаем и православные, и мусульманские, все вместе»), общим местом рождения («здесь живет моя семья», «мы все одна семья», «родились в одном месте») и опытом совместной жизнедеятельности («живем в одном месте, дышим одним воздухом», «жители примерно одинаково оценивают проблемы благоустройства и жизни в регионе», «когда обсуждаем общие проблемы, например ухудшение работы городского транспорта», «здесь живут родственники и друзья», «участие в выборах», «при решении вопроса, как назвать и где установить новый памятник»), а также во время поездок за границы региона («когда встречают астраханцев», «когда рассказываю про область»).

Основными уникальными характеристиками Астраханской области были названы те, которые связаны с брендом региона, – «рыбалка», «кремль», «арбузы», «астраханские помидоры», «осетр», «лотосные поля», «заповедник», «каспийская столица» и т. д. Отмечены также особые характеристики, обусловленные климатическими, географическими и природными условиями региона, которые оказывают влияние на разные сферы жизни его населения («летом очень жарко/душно», «зимой снега нет», «астраханский пронизывающий ветер», «назойливая мошка в июне», «есть нефть и газ»). Примерно каждый пятый респондент в качестве отличительной черты астраханского региона указал те, которые были основаны на его личном чувстве «привязанности» к региону или его жителям («это моя родина», «я здесь родился», «здесь моя семья»).

Заметим, что брендинг территории является важным фактором и показателем региональной идентичности, поэтому целесообразно избрать его предметом отдельного научного исследования. Результаты различных социологических замеров свидетельствуют о наличии взаимосвязи между степенью самоидентификации жителей с территорией и их отношением к региональным брендам – чем лучше имидж региона в глазах его населения, тем выше популярность локальных брендов [11].

Вернемся к результатам исследования в Астраханской области. Примерно одинаковым (около 46 %) был процент тех, кто когда-либо испытывал чувство стыда или гордости за родной край. Достоинства региона, упоминание положительных событий и достижений астраханцев в СМИ, разговорах с жителями вызывают гордость у респондентов («я рад, что астраханец стал звездой, и его показывают по телевидению», «в командировке/на отдыхе в другом регионе/в армии рассказывал, как у нас хорошо», «наши спортсмены являются олимпийскими чемпионами/победили в очередных спортивных соревнованиях», «у нас великая история», «моими земляками были знаменитые люди – Хлебников/Кустодиев/Максакова/Бабкина и т. д.»). Около 6 % опрошенных отметили, что им приятно сказать о себе «Я – астраханец (ка)».

На уточняющий вопрос для давших противоположные ответы, почему респонденты испытывают стыд за свой регион, были получены следующие реакции. 20,9 % опрошенных считают, что в области «нет поводов для гордости», так как «заводы закрыли», «жизнь становится хуже», «коррупция и воровство везде», «грязь везде», «зелени нет», «климат плохой», «промышленность загубили, остался только “Газпром”/“Лукойл”», «пенсии маленькие». Каждый десятый опрошенный испытывал негативные эмоции, когда в СМИ освещали новости и события в Астраханской области, связанные с проблемными, конфликтными ситуациями («опозорились на всю страну»). Примерно такое же количество респондентов было подвержено неприятным эмоциям во время контактов с представителями других регионов («приехали коллеги/родственники/друзья из другого региона, а у нас аварийные дома/грязь/мусор в центре города», «приехал на отдых/в командировку в другой регион, они рассказывают, как у них хорошо с дорогами/медициной/ЖКХ, а я молчу, похвалиться нечем»).

Таким образом, современный этап развития российского государства актуализирует общественное и научное внимание к вопросу формирования и развития гражданской идентичности и,

в частности, патриотизма. Одним из направлений исследования данного процесса является анализ объекта самоотождествения личности по пространственно-территориальному признаку – государство и граждане в целом или малая родина и ее жители. Согласно результатам массового опроса в Астраханской области население различает общегражданскую и региональные идентичности. У астраханцев относительно сформированы когнитивный, аффективный и коннотативный компоненты патриотизма. Основные выводы подтверждают данные общенациональных и региональных исследований. Эвристичным представляется дальнейший анализ патриотизма в структуре гражданской идентичности и различных его аспектов, например, деятельностной составляющей или через призму концепции «малой родины».

Ссылки и примечания:

1. Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта №17-33-00057-ОГН «Факторы формирования патриотизма в структуре гражданской идентичности современной России».
2. Дзахова Л.Х., Цахилов Т.О. Гражданская идентичность и патриотизм как цементирующие факторы в условиях современного политического транзита // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. – 2016. № 2. С. 174–180 ; Шевченко О.М., Вагина В.О. Гражданский патриотизм как идея консолидации молодежи на Юге России: специфика и трудности формирования // Гуманитарий Юга России. 2017. № 3. С. 300–309. <https://doi.org/10.23683/2227-8656.2017.3.27>.
3. Гаврилюк В.В., Маленков В.В. Гражданственность, патриотизм и воспитание молодежи // Социологические исследования. 2007. № 4. С. 44–50.
4. Шикова Р.Ю. Идентичность молодежи России в условиях социокультурной трансформации // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия: Регионоведение: философия, история, социология, юриспруденция, политология, культурология. 2010. Вып. 1 (57). С. 109–113.
5. Кравченко Н.Ю. Структурный анализ формирующейся гражданской идентичности // Logos et Praxis. 2016. № 3 (33). С. 72–78. <https://doi.org/10.15688/jvolsu7.2016.3.9>.
6. Халий И.А. Патриотизм в России: опыт типологизации // Социологические исследования. 2017. № 2. С. 67–74.
7. Морозова Е.В., Улько Е.В. Локальная идентичность: формы актуализации и типы // Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС. 2008. Т. 4. № 4. С. 139–151.
8. Зелетдинова Э.А., Дьякова В.В. Патриотизм как элемент гражданской идентичности // Вестник экономики, права и социологии. 2017. № 4. С. 255–257.
9. Патриотизм – основной ориентир воспитания современного российского студенчества (вместо введения) / Ю.Р. Вишневский [и др.] // Война была позавчера... Российское студенчество о Великой Отечественной войне: материалы мониторинга «Современное российское студенчество о Великой Отечественной войне» / под ред. Ю.Р. Вишневого. Екатеринбург, 2015. С. 9–29.
10. Левашев В.К. Патриотизм в контексте современных социально-политических реалий // Социологические исследования. 2006. № 8. С. 67–75.
11. Воробьев В.П., Голубовская О.Л., Еремина Е.В. Роль региональных брендов в формировании региональной идентичности и имиджа территории // Власть. 2014. Т. 22. № 11. С. 122–127 ; Наумов Д.Н. Региональная идентичность как главный фактор формирования благоприятного бренда территории (на примере ХМАО – ЮГРЫ) [Электронный ресурс] // Современные проблемы науки и образования. 2012. № 5. URL: <http://science-education.ru/ru/article/view?id=7151> (дата обращения: 15.04.2020) ; Тумакова К.Е. Региональная идентичность и брендинг как социально-управленческий ресурс // Власть. 2010. № 3. С. 70–73 ; Чиркова О.Н. Влияние имиджевой политики и этнокультурного брендинга региона на формирование и развитие региональной идентичности // Регионоведение. 2016. № 3 (96). С. 88–105.

Редактор: Ситникова Ольга Валериевна
Переводчик: Кочетова Дарья Андреевна