

СУБЪЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ЛОКАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ И ИХ РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ¹

Н. Т. Русия

Русия Натэлла Тенгизовна
Кубанский государственный университет, ул. Ставропольская 149, Краснодар, 350040, Россия.
Эл. почта: Natarus2412@mail.ru. ORCID 0000-0001-5852-3574.

Аннотация. В условиях современных политических и общественных трансформаций все более необходимым для многих людей становится поиск понятной системы координат и значимого набора ориентиров. Локальная идентичность как чувство сопричастности человека с местом его проживания способна формировать субъектность местных сообществ, которые включаются в решение задач по развитию территории. Процесс самоидентификации личности на локальном уровне имеет ключевое значение в контексте формирования мотивации к решению общественно значимых проблем территории и определения ориентиров развития локального сообщества. Цель настоящей статьи — определить и описать субъекты политики идентичности на локальном уровне и оценить их ресурсный потенциал. Доказано, что политика идентичности на локальном уровне отличается многосубъектным характером. В качестве субъектов выступают органы местного самоуправления, бизнес-сообщество и предприниматели, партии и общественно-политические движения, этнические сообщества и диаспоральные объединения, СМИ и блогосфера, культурно-просветительские сети (культурные и образовательные учреждения), лидеры сообществ, гражданские организации/объединения, религиозные организации. Субъекты политики идентичности на локальном уровне обладают набором ресурсов, которые определены автором в следующие группы: концептуальные, кадровые, организационно-управленческие, материально-финансовые, информационные, символические и сетевые. Определено, что в сельских сообществах весомый вклад в реализацию политики идентичности вносят культурно-просветительские сети, лидеры сообществ и диаспоральные объединения; для городских территорий значимым субъектом также являются СМИ, при этом этнические сообщества в качестве активного субъекта политики идентичности встроены в меньшей степени.

Ключевые слова: идентичность, политика идентичности, локальная идентичность, субъекты политики идентичности, сельские территории, городские территории.

Введение

Современные вызовы, перед которыми оказывается Россия, в виде санкционного давления западных стран, демографического кризиса, потери интеллектуальных ресурсов вследствие оттока населения за пределы страны, турбулентности глобальных политических процессов, актуализируют необходимость поиска внутренних ресурсов для повышения благосостояния населения и консолидации российского общества.

Политика конструирования идентичности на любом уровне, как и другие политические процессы, представляет собой сложную систему из структурных характеристик, включающую институты, субъекты, ресурсы и стратегии (Гельман, 2010). Постановка в центр исследовательского фокуса локального уровня из матрицы пространственно-территориальных идентификаций позволяет конкретизировать

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского научного фонда и Кубанского научного фонда в рамках проекта № 22-18-20059 «Политика развития сельских территорий Краснодарского края: потенциал нематериальных ресурсов».

данные по ресурсным возможностям субъектов конструирования локальной идентичности, сложившимся стратегиям их взаимодействия и политическим эффектам результатов данных процессов.

И. С. Семененко отмечает, что государство является центральным субъектом политики идентичности и «использует институты социализации и инструменты публичной политики для легитимации властных институтов и для организации взаимодействия социальных субъектов вокруг определенной повестки дня, для вовлечения граждан в такие взаимодействия» (Семененко, 2017). Действительно, государство во многих странах выступает ключевым субъектом политики идентичности. Н. В. Гришин, анализируя роль государства в конструировании идентичности, отмечает, что успешность и эффективность реализуемой политики требует уточнения в определении целей, конкретизации индикаторов мероприятий (Гришин, 2019). Структура субъектов политики идентичности на местном уровне может быть сложной и более разветвленной, чем на федеральном и региональном уровнях.

Методы и методология

Необходимым аналитическим инструментом в изучении элементов структуры локальной идентичности является конструктивистский подход (Андерсон, 2016; Бергер, Лукман, 1995; Бурдые, 1993), в рамках которого политика идентичности может рассматриваться как деятельность различных субъектов по формированию представления о сообществе в контексте конкретного пространства. Неинституциональный подход (Саймон, 1997; Норт, 1997) позволяет рассматривать форматы взаимодействия её ключевых субъектов в институциональной среде политики развития локальных территорий. Возможности пространственного подхода (Крылов, 2012; Окунев, 2018; Прохоренко, 2016; Реутов, 2021) используются для анализа динамики процессов формирования локальной идентичности и выявления степени субъектности политических акторов в неоднородных и сложносоставных локальных политических пространствах.

Экспертный опрос позволил определить ключевых субъектов, осуществляющих политику идентичности на локальном уровне, выявить значимые различия набора субъектов политики идентичности на городских и сельских территориях и определить ресурсный потенциал каждого выделенного субъекта. С помощью метода кейс-стади удалось исследовать конфигурации локальной идентичности, а также институциональную включенность конкретных субъектов.

Деятельность субъектов политики идентичности на городских и сельских территориях

Для выявления ресурсного потенциала и результатов деятельности в контексте политики идентичности каждого из выделяемых субъектов, а также определения вклада субъектов в развитие сельских и городских территорий нами был проведен экспертный опрос среди представителей академического сообщества, имеющих научные работы по политике идентичности и отдельным её компонентам. В исследовании приняли участие 40 экспертов из ведущих университетских и академических структур Краснодарского края, Астраханской области, Республики Адыгея, Пермского края, Республики Татарстан, Санкт-Петербурга и Ленинградской области.

Нас интересовал вопрос, какие субъекты главным образом осуществляют политику идентичности на локальном уровне и существуют ли значимые различия набора

субъектов на городских и сельских территориях. В поле социально-политических исследований накоплен значительный материал, посвященный агентам политики идентичности регионального уровня, где формальными институциональными преимуществами обладают региональные политические элиты, выступающие доминирующими субъектами региональных идентичностей (Докучаев, Назукина, 2013; Ачкасов, 2005, Бедерсон, 2015), однако на локальном уровне распределение основных субъектов будет выглядеть иначе, хотя бы в силу иного статуса политических элит, не входящих в систему государственной власти. Для подтверждения предположения о различиях в распределении субъектов политики идентичности на региональном и локальном уровне первый блок вопросов для экспертов был сформулирован с целью ранжирования субъектов по их вкладу в реализацию политики идентичности. Были выделены следующие субъекты:

- органы местного самоуправления;
- бизнес-сообщество и предприниматели;
- партии и общественно-политические движения;
- этнические сообщества и диаспоральные объединения;
- СМИ и блогосфера;
- культурные и образовательные учреждения;
- лидеры сообществ;
- гражданские организации/объединения;
- религиозные организации.

Нами также было выдвинуто предположение, что существуют значимые различия по эффекту от деятельности разных субъектов политики идентичности для городских и сельских территорий. Это подтвердилось в ответах экспертов, которые определяли ранги по вкладу субъектов в политику идентичности с дифференциацией по типу территории (табл. 1).

Для села, по мнению экспертов, ключевыми в проводимой политике идентичности стали этнические сообщества (и диаспоральные объединения), лидеры сообществ и культурно-просветительские сети. Автор допускает взаимосвязь между высокой оценкой вклада этнических сообществ и распределением опрошенных экспертов по регионам, в частности большую представленность из Республики Татарстан и Республики Адыгея, где этническое самосознание занимает важное место в структуре мотивации социально значимого поведения. Кроме того, к этническим сообществам в широком смысле относятся и казаки, которые на локальном уровне включаются во все ключевые социально-политические процессы. Самую незначительную роль в данном направлении определили органам местного самоуправления и партиям. На уровне города местная администрация расположилась значительно выше в ранге, однако партии и здесь занимают последние позиции. Роль средств массовой информации и блогосферы в формировании идентичности городских пространств экспертами оценена значительно выше, чем в сельских территориях. Высказанные оценки однозначно свидетельствуют о том, что в контексте реализации политики идентичности деятельность основных властных акторов, имеющих формальный статус и ресурсы на локальном уровне, едва ли можно назвать эффективной и заслуживающей доверия (*Закрытость органов управления от населения, что вызывает недоверие со стороны людей — Э30-Краснодарский край; Выстроены принципы диалога с местным сообществом, но слабо — Э28-Татарстан*).

Таблица 1. Ранжирование субъектов по их вкладу в реализацию политики идентичности на локальном уровне (на материалах экспертного опроса)

Table 1. Ranking of subjects by their contribution to the implementation of identity policy at the local level (based on the materials of an expert survey)

Наименование субъекта	Ранг по вкладу в политику идентичности сельских территорий*	Ранг по вкладу в политику идентичности городских территорий*	Общий ранг по вкладу в политику идентичности на локальном уровне*
Органы местного самоуправления	8	5	6
Бизнес-сообщество и предприниматели	7	7	7
Партии и общественно-политические движения	9	8	9
Этнические сообщества и диаспоральные объединения	1	4	2
СМИ и блогосфера	6	3	4
Культурно-просветительские сети (культурные и образовательные учреждения)	3	2	3
Лидеры сообществ	2	1	1
Гражданские организации/объединения	4	6	5
Религиозные организации	5	9	8

* значение от 1 до 9, где 1 — самый существенный вклад в реализацию политики идентичности, 9 — самый незначительный

Лидеры сообществ, которые были определены экспертами в качестве субъектов политики идентичности с самым высоким потенциалом, действительно оказывают влияние не только на социально-экономическое развитие территорий, но также формируют их имидж и становятся ядром гражданского общества, приобретая политическую субъектность и встраиваясь в институциональные практики публичного управления. Независимо от сферы реализации (экологический активизм, добровольчество, общественная деятельность, предпринимательство и др.) лидеры

на локальном уровне имеют возможности конвертации собственных ресурсов в практики решения организационно-управленческих задач территории.

Проиллюстрируем эффективную деятельность лидера бизнес-сообщества как субъекта политики идентичности на локальном уровне на примере села Дмитриевы Горы во Владимирской области, где проживает чуть более тысячи человек, большая часть которых задействована в работе сельскохозяйственного производственного кооператива «Дмитриевы горы», наследника колхоза-миллионника «Большевик». Предприятие занимается несколькими приоритетными направлениями сельского хозяйства: молочное животноводство, растениеводство, а также племенное дело и семеноводство. Руководитель СПК Валентина Сухарева, которой удалось спасти предприятие в период кризиса, в публичных выступлениях и интервью транслирует идею о достойной и обеспеченной жизни в селе: «Я смотрю на своих односельчан, у многих наших работников по двое-трое ребятишек. Люди обзаводятся семьями, строятся, покупают личный транспорт, значит, наши Дмитриевы Горы — село живое, перспективное, а благодаря стабильной работе и достойной зарплате в хозяйстве можно обеспечить семью». Кооператив является показательным для всей области: работает без кредитов, входит в десятку самых прибыльных сельхозпредприятий области², имеет собственный детский сад, школу, клуб, столовую, обеспечивает жильем сотрудников. Деятельность СПК «Дмитриевы горы» встроена в социальную и культурную жизнь села и муниципалитета: ни одно знаковое для территории мероприятие не обходится без публичного выступления Валентины Сухаревой, на производстве регулярно проводятся школьные экскурсии, в местном детском саду за счет кооператива оборудовали «уголок фермера», на Дне села проводится парад техники. Все ключевые политические решения принимаются совместно и при поддержке руководителя кооператива³.

Такое позитивное видение будущего при активной преобразовательной деятельности в настоящем демонстрирует высокий уровень сформированности локальной идентичности, а ключевую роль позитивного итога процесса идентификации играет работа руководителя сельскохозяйственного кооператива («Судьбы предприятия и деревни неразделимы, они сформировались как единое целое и развиваются вместе»⁴).

Для городских территорий, по оценкам экспертов, большее значение приобретает деятельность СМИ, которые, обладая серьезным ресурсным потенциалом, могут как позитивно, так и негативно влиять на реализацию политики идентичности на локальном уровне. С одной стороны, СМИ и блогосфера формируют позитивный имидж территории, служат диалоговой площадкой и создают продуктивное коммуникативное взаимодействие субъектов политики идентичности на локальном уровне для разных категорий жителей и местной власти, информируют о значимых для территории символах, событиях и персоналиях, с другой стороны — могут

² Топ-15 самых прибыльных сельхозпредприятий Владимирской области на сегодняшний день. *Владимирские новости*. Режим доступа https://newsvladimir.ru/fn_1083791.html

³ Во Владимирской области работают новые технологии в сельском хозяйстве. *Россия. ГТРК Владимир*. Режим доступа <https://vladtv.ru/economy/143898/>; Александр Авдеев побывал на двух аграрных предприятиях Меленковского района. *Владимирские новости*. Режим доступа <https://vedom.ru/news/2023/04/20/60145-aleksandr-avdeev-pobuyval-na-dvuh-agrarnyh-predpriyatiyah>; Все профессии важны. *Группа Вконтакте Дмитриевозорской средней школы*. Режим доступа https://vk.com/wall-56022692_965

⁴ Школьников ориентируют на сельское хозяйство. Меленковский район. *Официальный сайт органов местного самоуправления*. Режим доступа <https://www.melenky.ru/home/novosti/73-city/3742-shkolnikov-orientiruyut-na-selskoe-khozyajstvo>

выступать проводниками конфликтного дискурса, способствовать поляризации общества (например, разделение на местных и приехавших), а также давать поверхностную оценку происходящим событиям (*потому что журналисты малообразованны и не любят вести сложную дискуссию — Э31-Краснодарский край*).

Формирование картины мира на локальном уровне в значительной степени обеспечивается местными средствами массовой информации: телеканалами, газетами, радиопередачами, каналами в онлайн социальных сетях и др. В медиадискурсе местных СМИ информация о событиях освещается через призму ценностных, социокультурных и этнорелигиозных особенностей территории. На уровне местных СМИ ещё большую важность приобретает обратная связь, которая обеспечивает единство коммуникативного пространства.

В 2022 году совершила скачок в цитируемости «Сеть городских порталов» — проект Shkulev Media Holding, который объединяет 46 городов от крупных миллионников (Санкт-Петербург, Екатеринбург, Новосибирск) до средних и малых (Курган, Чита, Салехард)⁵. В каждом из городов, охваченных сетью проекта, обеспечивается работа сайта, Telegram-канала, группы ВКонтакте и других онлайн социальных сетей. Локальным городским медиа трудно выдерживать конкуренцию с крупным медиахолдингом, который, расширяя сеть присутствия, на каждой конкретной территории принимает решение о соотношении глобального и локального в медиаповестке. Несмотря на освещение новостей города, публикацию спецпроектов и представленность на всех востребованных площадках, «Городские порталы» не формируют локальное сообщество и не сотрудничают с жителями на основе принципов вовлечения и соучастия. Все спецпроекты, размещенные на сайтах «Городских порталов» (виртуальные экскурсии, истории героев, прямые эфиры, многосерийные обзоры и др.), — материалы, подготовленные по заказу работодателя.

Пример другого медиапроекта, который преследует иные задачи, — интернет-журнал Enter в Казани, который позиционируется как лайфстайл-издание, освещающее новости города: открытие новых публичных пространств, городские инициативы и проекты в историях жителей, продвижение локальных брендов. Цель журнала обозначена как «показать, как сильно способен измениться город благодаря его жителям»⁶. Редакция организует и сопровождает межсубъектное взаимодействие, организуя совместные проекты с местными бизнесменами, органами власти и муниципальными службами. Так, например, совместно с МУП «Водоканал» города Казани журнал размещал серию плакатов на местах ремонтных работ по водоснабжению и водоотведению. В первый раз на плакатах размещали юмористические тексты с целью разнообразить городской ландшафт на время проведения ремонтных работ, что, по мнению авторов, позволит «показать, что ремонтные работы — точно не навсегда». Такая инициатива была позитивно воспринята жителями города, и организаторы раскрыли идею в тематических плакатах к нескольким последующим праздникам: Международному женскому дню, Новому году и Дню космонавтики.

Медиа Enter не только освещают культурную жизнь города, но и сами являются инициаторами крупномасштабных проектов: в 2021 г. при поддержке мэрии Казани

⁵ Городские порталы. Shkulev Media Holding. Режим доступа <https://shkulevholding.ru/structure/portals/>

⁶ О проекте. Enter. Режим доступа <https://entermedia.io/about/>

был организован мультиформатный фестиваль «Профсоюзная» (включающий мастер-классы, интерактивные экскурсии, открытые дискуссии об актуальных проблемах города, ряд развлекательных площадок), который посетили более 20000 человек. Фестиваль также можно отнести к эффективным практикам повышения электоральной активности молодежи: он проходил во второй день выборов в Государственную Думу, для проголосовавших были предусмотрены скидки в заведениях–партнерах фестиваля⁷.

Таким образом, медиапространство Enter в Казани выступает площадкой для обсуждения проблемных вопросов, обмена мнениями по актуальной повестке в онлайн и офлайн пространстве, а также является «голосом» локальной идентичности, формируя сообщество активных граждан, продвигая местные проекты и привнося положительные изменения в облик территории.

За последнее десятилетие в значительном количестве городов начали работу локальные медиа. Вот некоторые успешные проекты в российских городах, которые демонстрируют положительную динамику развития и являются субъектами, формирующими локальную идентичность.

Журнал «Балтийский Бродвей» вместе с интернет-изданием «Твой Бро» издает материалы о городской культуре Калининграда, преимущественно о локальной гастрономии. Журнал активно освещает локальную повестку: выпускает статьи об истории города и его жителях, настоящих событиях и позитивных преобразованиях Калининграда и другие материалы (*Сделано в Калининграде: что удивительно создают местные креаторы, Тренд на локальность: подборка подарков из Калининграда, Приготовлено в Калининграде: кто развивает локальную гастрономию и где попробовать балтийскую кухню*). Схожую направленность имеют интернет-журнал о современном Курске «МОПС»⁸, городское общественно-политическое издание Иркутска и Иркутской области «Верблюд в огне»⁹, медиапроект «Пойма» в Волгограде¹⁰, медиа о жизни Йошкар-Олы «Топь»¹¹, сочинский журнал SCAPP¹².

Культурно-просветительские сети как для городских, так и для сельских сообществ выполняют важнейшие задачи, связанные с сохранением и передачей ценностей и норм территории, при этом являясь флагманом конструирования социальных изменений. Проиллюстрируем работу учреждений культурно-просветительских сетей по конструированию локальной идентичности на примере современных локальных музеев, которые все чаще в последнее время попадают в фокус внимания органов государственной власти. Так, в 2022 году запущена масштабная реформа по модернизации муниципальных музеев (в государственном каталоге музейного фонда РФ зарегистрировано 3376 музеев, из них 1818 являются муниципальными¹³), которая затрагивает вопросы повышения квалификации музейных работников, организации научно-исследовательской, научно-просветительской и культурно-образовательной деятельности в пространстве музеев, повышения

⁷ День выборов в Казани: ешь, танцуй, иди в музей. *Kazanfirst*. Режим доступа <https://kazanfirst.ru/articles/559097>

⁸ Интернет-журнал «Морс». Режим доступа <https://morsmagazine.ru/>

⁹ Проект «Верблюд в огне». Режим доступа <https://verbludvogne.ru/>

¹⁰ Проект «Пойма». Режим доступа <https://poymamagazine.ru/>

¹¹ Медиа «Топь». Режим доступа https://t.me/topyo_media

¹² Интернет-журнал. Режим доступа <https://sochi.scapp.ru/>

¹³ Государственный каталог музейного фонда Российской Федерации: официальный сайт. Режим доступа <https://goskatalog.ru/portal/#/>

качества хранения, безопасности и реставрации музейных предметов¹⁴. В соответствии с поручением Президента РФ В. В. Путина до 2024 года планируется модернизировать 450 локальных музеев, на эту меру поддержки выделено более 4 млрд. рублей¹⁵. В некоммерческом секторе музейное дело также становится приоритетным направлением. Конкурсы по поддержке музейных проектов уже 20 лет поддерживает Благотворительный фонд В. Потанина: с 2003 года фондом впервые была реализована программа «Меняющийся музей в меняющемся мире», на смену которой пришла программа «Музей без границ», действующая по настоящий момент. Итогом деятельности данного направления фонд видит трансформацию музея в современный открытый социальный институт, являющийся центром инноваций и просвещения, а также субъектом социально-экономического развития территорий России¹⁶.

Примером, когда музей выступает в качестве субъекта актуализации локальной идентичности, можно считать музей села Вятское в Ярославской области. В 2006 году меценат Олег Жаров начал реставрацию и восстановление архитектурных памятников, 15 из которых на сегодняшний день являются музеями (Музей кухонной машинерии, Музей «Вятского торгующего крестьянина», Музей русских забав и др.). Из полузаброшенного села Вятское стало туристическим центром, имеющим статус историко-культурного комплекса, который в год посещает 300 тыс. туристов. В 2019 году Вятское было внесено в предварительный список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО, а в 2022 году комплекс получил статус музея федерального значения, что является первым случаем в России для частного музея. 150 жителей из 1000 проживающих в селе прошли дополнительное обучение и стали работать в комплексе, несмотря на то что на первых этапах данный проект вызывал сопротивление и неприятие местных жителей^{17,18}. Таким образом, благодаря усилиям и инициативе одного предпринимателя, объединившего вокруг своей утопической идеи жителей, умирающее село с богатой историей стало большим музейным комплексом с собственным сайтом, со статусом одной из самых красивых деревень России и выраженной локальной идентичностью. Музей как автономный субъект формирования коллективных идентичностей и «инструментарий политической власти» в русле конструктивистского подхода рассматривается в работе московских исследователей И. А. Гринько и А. А. Шевцовой (2015).

Невозможно обойти стороной этнический и религиозный факторы, а также субъекты политики идентичности на всех уровнях, представляющие различные этнические группы и диаспоральные объединения. Исследование концептуальных основ формирования межнационального согласия средствами политики идентичности на примере полиэтничных территорий является чрезвычайно актуальным.

¹⁴ Методические рекомендации по модернизации муниципальных музеев на основе модельного стандарта деятельности муниципального краеведческого музея. Режим доступа <chrome-extension://efaidnbmnfnlhhajncjgkclefnjljgmmlghijncpajpcglclefindmkaj/https://culture.gov.ru/upload/iblock/2d1/2d175d2d81958a56a1fa0a15e56c8d9a.pdf>

¹⁵ Правительство утвердило постановление о перевооружении муниципальных музеев. Официальный сайт Правительства РФ. Режим доступа <http://government.ru/news/44109/>.

¹⁶ Благотворительная программа «Музей без границ». Режим доступа <https://fondpotanin.ru/upload/iblock/eeb/wwngnw3n7d684gataxq81slywu4s91ed.pdf>

¹⁷ Деревня навзрыст: зачем бывший математик инвестировал в село Вятское миллиард. *Forbes*. Режим доступа <https://www.forbes.ru/biznes/484537-derevna-na-vyrost-zacem-byvsij-matematik-investiroval-v-selo-vatskoe-milliard>

¹⁸ Чем знаменито село Вятское Ярославской области. Российская газета. Режим доступа <https://rg.ru/2020/11/02/reg-cfo/chem-znamenito-selo-viatskoe-iaroslavskoj-oblasti.html>

В работе М. Ю. Мартынова, В. С. Пуртовой была установлена корреляция между оценкой респондентами состояния межэтнических отношений и деятельностью политических акторов в сфере политики идентичности (Мартынов, Пуртова, 2013). Изучение деятельности диаспор и этнических объединений в контексте настоящего исследования приобретает значимость в связи с процессами политизации этничности, актуализированными не только в национальных республиках, но и на территории полиэтничных регионов РФ. При этом важным аспектом является гибридный характер идентификации представителей диаспор, которые, с одной стороны, являются носителями идентичности страны исхода (в некоторых случаях даже не родившись и не бывав в ней, но транслируя общие ценности и формы коллективной памяти о родине), с другой — новой территории. В современных диаспорах неизбежно происходит процесс институционализации: различные структуры и институты создаются с целью поддержания связей между членами диаспор, поддержания культурных традиций и решения общих социальных вопросов. В дальнейшем может происходить политизация подобных институтов, которые, организуя общественно-политические движения или партии, на разных уровнях встраиваются в политический процесс (Прохоренко, 2017).

Этническая идентичность может встраиваться в локальную и осознаваться жителями территории как атрибут уникальности места. Этнические символы зачастую закрепляются в официальных символах. Например, в районах Республики Башкортостан на гербах часто встречается орнамент племен башкирских народов: на гербе Иглинского района изображена орнаментальная композиция из народных узоров представителей минских и кудеевских родов, потомки которых проживают на данной территории, схожий родовой знак (золотая «тамга») вписан в центр герба Аскинского района. Герб Нуримановского района изображает солнце в исполнении башкир кудейского рода, потомки которых — значительная часть населения района (рисунок).

Религия и язык также относятся к значимым компонентам этнической идентичности на территориях России. На территориях Чеченской Республики доминирующим маркером является суннитский ислам, в Республике Калмыкия — буддизм, в Туве отличительной чертой стало уникальное сосуществование шаманизма, буддизма

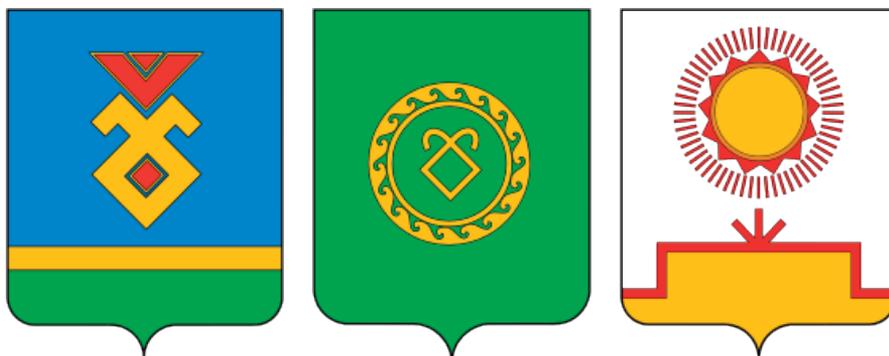


Рисунок. Гербы Иглинского, Аскинского и Нуримановского районов Республики Башкортостан

Fig. Coats of arms of Iglinskiy, Askinskiy and Nurimanovskiy districts of the Republic of Bashkortostan

и православия. Религиозные институты, имеющие несомненный авторитет у населения, а также многовековой опыт транслирования общечеловеческих ценностей и разрешения социальных, политических и межнациональных противоречий обладают мощным потенциалом снижения уровня конфликтности. Диаспоральными объединениями также проводится значительная работа в данном направлении. Так, самая влиятельная организация, представляющая интересы греков в России, «Федеральная национально-культурная автономия греков России», в своей миссии обозначает сохранение самобытности и национального самосознания греков, при этом отмечая «обязательную интеграцию греческой диаспоры в уникальную этнокультурную среду российского государства»¹⁹. Такая декларируемая позиция находит отражение в реальных действиях по укреплению межконфессиональных и этнических взаимоотношений на территориях представительства греческих обществ: организация межнациональных форумов и фестивалей²⁰ и инициирование образовательных и социальных проектов, формирующих культуру межнационального общения и этническую толерантность²¹. Органичное включение проектов греческих общин в социокультурное и политическое пространство территорий объясняется схожими духовно-нравственными ценностями: сохранение исторической памяти с ведущим нарративом, отражающим события Второй мировой войны (центральный национальный праздник греков «Охи» является днем памяти об отклонении ультиматума фашистской Италии и фактическим вступлением во Вторую мировую войну на сторону антигитлеровской коалиции), определение особой роли православного христианства в укреплении традиционных ценностей и распространение идеи единства народов России.

В условиях трансформации социального пространства российских регионов, вызванной усложнением социальной структуры, усилением миграционных процессов и созданием новых информационно-коммуникационных технологий, этнические и диаспоральные общности стараются сохранить свой образ жизни и языковые и культурные традиции. В реализации политики идентичности на локальном уровне этнический фактор является чрезвычайно значимым. Для выстраивания долгосрочной стратегии развития конкретной территории важно учитывать все идентификационные характеристики членов местных сообществ, в том числе явление гибридной идентичности, проявления которой не имеют предсказуемого результата.

Характеристика субъектов политики идентичности на локальном уровне

Каждый субъект политики идентичности на локальном уровне обладает своим уникальным набором ресурсов, которые мы классифицировали в 7 групп:

- концептуальные (осознание роли идентичности для развития территории и фиксация в документах политики идентичности);
- кадровые (наличие ответственных и компетентных людей, в функции которых входит формирование локальной идентичности);

¹⁹ Официальный сайт Федеральной национально-культурной автономии греков России. Режим доступа <https://rusgreek.ru/fnka>

²⁰ Всероссийский молодежный фестиваль «Крымский маяк». Официальный сайт Федеральной национально-культурной автономии греков России. Режим доступа <https://rusgreek.ru/festival-krimskii-mayak>

²¹ Федеральный образовательный семинар для учителей и преподавателей национальных родных языков РФ прошел в Ростове-на-Дону. Официальный сайт Федеральной национально-культурной автономии греков России. Режим доступа <https://rusgreek.ru/news/3644>

- организационно-управленческие (координация и организация граждан для включения в проекты развития территории);
- материально-финансовые (бюджетные и внебюджетные средства, выделяемые на проекты и мероприятия по формированию местного патриотизма);
- информационные (освещение компонентов и технологий политики идентичности в традиционных СМИ и сетевых ресурсах);
- символические (имиджевые и ценностные основания территории, отображаемые в официальных и неофициальных символах);
- сетевые (социальный капитал местных сообществ, плотность межличностных и институциональных связей и уровня доверия).

Опрошенные нами эксперты определили для каждого субъекта набор ресурсов, которыми он обладает, а также, опираясь на опыт территорий своего региона, сформулировали результат деятельности выделенных субъектов (табл. 2).

Самым неоднозначным видится результат деятельности СМИ и органов местного самоуправления, которые, обладая значительным набором ресурсов, в ряде случаев имеют деконсолидирующий потенциал. Эксперты отметили негативные результаты

Таблица 2. Характеристика субъектов политики идентичности на локальном уровне
 Table 2. Characteristics of identity policy subjects at the local level

Наименование субъекта	Ресурсы	Позитивные результаты
Органы местного самоуправления	Организационно-управленческие	Выстраивается система участия жителей города в обсуждении стратегических приоритетов для территории (например, концепции благоустройства публичных пространств)
	Информационные	Формирование местного сообщества, активно участвующего через различные институциональные практики в развитии своей территории
	Материально-финансовые	Выстраивание системы взаимоотношений, где жители, гражданские структуры и бизнес стремятся к взаимовыгодному сотрудничеству В условиях кризиса существует возможность оперативно привлечь материальные и нематериальные ресурсы граждан и их объединений
Бизнес-сообщество и предприниматели	Материально-финансовые	Усиление брендинга территории (случаи, когда территория отождествляется с местом локализации бизнеса в городе/сельской местности)
	Сетевые	Формирование ценностей социальной ответственности бизнеса
	Символические	Локальное бизнес-сообщество чаще выступает в качестве субъекта софинансирования инициатив общественных объединений и институтов, оказывает материальную и организационную поддержку Участие в реализации стратегии развития территории, в конкретных программах в коммуникации с органами местного самоуправления и жителями территорий

Продолжение табл. 2
Continuation of Table 2

Наименование субъекта	Ресурсы	Позитивные результаты
Партии и общественно-политические движения	Организационно-управленческие Информационные	Активизация граждан для содействия социально полезным инициативам (совместно с МСУ) Включение в разработку планов развития территорий Реализация программ и проектов по формированию гражданской общероссийской идентичности и воспитанию патриотизма с использованием локального материала
Этнические сообщества и диаспоральные объединения	Символические Сетевые Информационные	Снижение конфликтности и уровня социального напряжения на территории Расширение позитивных представлений о «себе» посредством реализации культурно-просветительских инициатив Развитие этнической идентичности через трансляцию традиций и этнических ценностей Организация сетевой работы по сохранению и развитию этнической культуры и идентичности Поддержание и развитие культурного многообразия территории Накопление опыта в упрочении межэтнического и межконфессионального взаимопонимания и согласия на многонациональных территориях Решение проблем, связанных с реализацией потребностей и интересов этнических групп, проживающих на своей территории
СМИ и блогосфера	Символические Сетевые Информационные	Создание организованных площадок для дискуссии по волнующим местное сообщество темам Конструирование позитивного имиджа территории; выявление перспективных направлений ее развития; выявление и адекватное освещение проблемных зон в развитии территории Формирование продуктивного коммуникационного взаимодействия субъектов политики идентичности на уровне территории Просвещение и информирование населения о символах, памятных событиях, героях, а также мобилизация на участие в значимых для местного сообщества мероприятиях
Культурно-просветительские сети (культурные и образовательные учреждения)	Информационные Символические Кадровые	Сохранение культурных ценностей и традиций Формирование единого символического пространства локальной территории, развитие человеческого потенциала локальной территории Воспроизведение локальной идентичности, трансляция нарративов, мифов о героях, истории, культуре и др. Передача соответствующих ценностей подрастающему поколению

Окончание табл. 2

End of Table 2

Наименование субъекта	Ресурсы	Позитивные результаты
Лидеры сообществ	Организационно-управленческие Символические Информационные	Формирование команды изменений муниципального образования, разработка и реализация стратегии развития территории с учетом потенциала политики идентичности Популяризация в обществе конструктивных преобразовательных практик Организация взаимодействия с другими субъектами, влияние на общественное мнение за счет человеческого и социального капитала
Гражданские организации/объединения	Сетевые Организационно-управленческие Информационные	Укрепление социальных связей в местном сообществе, создание институтов межсекторного партнерства, обеспечивающих местное развитие Продвижение социальной солидарности, общественно значимых ценностей через практические инициативы (формирование эко-культуры, развитие патриотизма среди молодежи и др.) Продвижение гражданских инициатив по сохранению культурных ценностей, продвижению образа региона Участие в реализации проектов и программ территориального развития и решения его актуальных проблем Формирование понимания важности идентичности на концептуальном уровне, переход к инструментальному, поведенческому уровню, мобилизация сторонников на общественно полезные действия
Религиозные организации	Символические Информационные Кадровые	Развитие нравственности подрастающего поколения (ограниченный, преимущественно в сельской местности), а также сглаживание негативных эффектов от кризисных процессов с точки зрения их восприятия общественностью, прихожанами Сохранение и трансляция традиционных ценностей Социализирующие действия в рамках прихода, сотрудничество с другими субъектами политики идентичности в идеальной модели

работы местного самоуправления, связанные с ростом недоверия со стороны жителей территории ввиду закрытости органов МСУ от населения, и слабо выстроенные принципы диалога с местным сообществом. Средства массовой информации помимо позитивных эффектов, относящихся к возможностям конструирования имиджа территории и эффективному информационно-коммуникационному сопровождению, по мнению экспертов, могут демонстрировать негативные результаты и служить проводником конфликтного дискурса.

Отметим, что партиям и общественно-политическим объединениям в политике идентичности эксперты отводят второстепенную роль (*Партия будет вести соответствующую деятельность, если заинтересована в определенном сегменте электората в территории, который можно привлечь, используя символы идентичности определенных групп или территории в целом — Э22–Пермский край; Эта задача не стоит в повестке партий — Э16–Краснодарский край*).

Позитивными оценками отмечается деятельность лидеров сообществ, культурно-просветительских сетей и гражданских сообществ, которые решают широкий набор задач, связанных с формированием системы многоуровневой коммуникации для реализации стратегии развития территории и созданием институтов межсекторного партнерства, обеспечивающих местное развитие.

Наибольший дефицит наблюдается в использовании концептуальных и кадровых ресурсов, что обусловлено непониманием политической элитой потенциала локальной идентичности в политике развития территорий, отсутствием закрепления на уровне нормативных документов обязательных компонентов в стратегии развития муниципальных образований, использования нематериальных ресурсов, в том числе в рамках политики идентичности.

Отметим, что в некоторых случаях существует ряд методологических трудностей, связанных с определением статуса субъектов политики идентичности, которые фактически могут находиться на территории сельского поселения или небольшого города и могут выступать ключевыми агентами формирования локальной идентичности, при этом имея федеральное подчинение и ресурсы (например, музеи и объекты культурного наследия федерального значения). С расширением арсенала технологий и практик федерального центра по формированию общегосударственного исторического нарратива и символического пространства (проведение всероссийских акций «Свеча памяти», «Окна памяти»), а также созданием новых разветвлённых общественно-политических организаций (сеть штабов #МЫВМЕСТЕ, движение детей и молодежи «Движение первых») возникают сложности в определении форматов взаимодействия субъектов политики идентичности на разных уровнях, а также доля «локального» в реализации данных форматов.

Субъектная деятельность в политике идентичности приобретает проактивный характер, когда все ключевые субъекты демонстрируют *кооперативные форматы взаимодействия*, их отношения в политике развития институционализированы. На уровне города или сельской территории исключительны кейсы автономного включения субъекта в реализацию политики идентичности в целом или отдельных её компонентов.

К факторам, определяющим слабое использование ресурсов в реализации политики идентичности, можно отнести:

- дефицит каналов взаимодействия и диалоговых площадок для субъектов с разным набором ресурсов;
- конкуренция в действующих коалициях, продвигающих собственную повестку в поле публичной политики;
- слабая развитость неформальных делиберативных практик на местах;
- отсутствие понимания взаимосвязи локальной и национальной идентичности и возможностей интеграционного потенциала локальной идентичности;
- дефицит необходимых компетенций у отдельных субъектов в реализации политики идентичности на местном уровне.

Выводы

Территориальная идентичность представляет собой совокупность представлений о принадлежности и привязанности к определенному территориальному сообществу, об общих интересах, возникающих в связи с местом проживания, особой связи с территорией, которая, как правило, имеет свои административные границы, и с функционирующими в пределах данной территории институтами. Локальная идентичность — это низовой уровень территориально-пространственной идентификации, связанный с чувством сопричастности человека с местом его проживания (происхождения), иными словами, конкретной местностью. Локальный, или местный уровень пространственной организации жизни сообщества, относящийся обычно к городам, поселениям, микрорайонам и так далее, принято считать наиболее приближенным к жизнедеятельности индивидов. Одним из ключевых ресурсов общественного развития является идентичность, скрепляющая социальные солидарности.

Политика идентичности на локальном уровне характеризуется многосубъектным характером. В качестве субъектов выступают органы местного самоуправления, бизнес-сообщество и предприниматели, партии и общественно-политические движения, этнические сообщества и диаспоральные объединения, СМИ и блогосфера, культурно-просветительские сети (культурные и образовательные учреждения), лидеры сообществ, гражданские организации/объединения, религиозные организации. Субъекты политики идентичности на локальном уровне обладают набором ресурсов, которые можно определить в 7 групп: концептуальные, кадровые, организационно-управленческие, материально-финансовые, информационные, символические и сетевые. В реализации политики идентичности в сельских сообществах важную роль играют этнические и диаспоральные объединения, лидеры и культурно-просветительские сети. В городских территориях значительно проявляется субъектность СМИ, в то время как этнические сообщества в городе встраиваются в политику идентичности в меньшей степени. К факторам, определяющим слабое использование ресурсов в реализации политики идентичности, можно отнести: дефицит каналов взаимодействия и диалоговых площадок для субъектов с разным набором ресурсов; конкуренция в действующих коалициях, продвигающих собственную повестку в поле публичной политики; слабая развитость неформальных делиберативных практик на местах; отсутствие понимания взаимосвязи локальной и национальной идентичности и возможностей интеграционного потенциала локальной идентичности; дефицит необходимых компетенций у отдельных субъектов в реализации политики идентичности на местном уровне.

Применение технологического арсенала символической политики и политики в стратегиях продвижения местной уникальности позволяет эффективнее решать задачи, связанные с исключенностью социальных и политических групп из проектов местного развития, низким уровнем местного патриотизма, рассогласованием с национальным и региональным историко-символическим контекстом.

Библиографический список

- Андерсон, Б. (2016). *Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма*. М.: Кучково поле.
- Ачкасов, В. А. (2005). Этническая и региональная идентичность в российском поле политики. *ПОЛИТЭКС*, 1, 68–82.

- Бедерсон, В. Д. (2015). В поисках героев: разнообразие персоналистских идентификаторов и политика идентичности в регионах современной России. *Символическая политика*, 3, 192–209.
- Бергер П., Лукман Т. (1995). *Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания*. М.: Медиум.
- Бурдые, П. (1993). *Социология политики*. М.: Socio-Logos.
- Гельман, В. (2010). Власть, управление и локальные режимы в России: рамки анализа. *Неприкосновенный запас*, 2, 53–62.
- Гринько, И. А., Шевцова, А. А. (2015). «Реанимируя Андерсона»: музей и карта в формировании современных идентичностей. *Культурологический журнал*, 1(19), С. 9.
- Гришин Н. В. (2019). Государство как субъект политики формирования идентичности. *Каспийский регион: политика, экономика, культура*, 3(60), 66–72.
- Докучаев, Д. С., Назукина, М. В. (2013). «Элитарный» регионализм в России: проблема взаимоотношений власти и интеллигенции (на материале Пермского края и Ивановской области). *Интеллигенция и мир*, 3, 18–33.
- Крылов, М. П. (2012). Категория «идентичность» в контексте проблемы приграничий. *Мир психологии*, 1(69), 137–151.
- Мартынов, М. Ю., Пуртова, В. С. (2013). Этническая и гражданская идентичность. *Вестник Пермского университета. Серия: Политология*, 3, 149–157.
- Норт, Д. (1997). *Институты, институциональные изменения и функционирование экономики*. М.: Фонд экономической книги «Начала».
- Окунев, И. Ю. (2018). Территориальная и пространственная идентичность: концептуализация базовых понятий. *Сравнительная политика*, 1(9), 18–25.
- Прохоренко, И. Л. (2017). Диаспоры и диаспоральные «миры». В И. С. Семененко (ред.) *Идентичность: Личность, общество, политика*. (432–440) Москва: Изд-во «Весь Мир».
- Прохоренко, И. Л. (2016). Возможности пространственного подхода в изучении этнополитической конфликтности. *Полис. Политические исследования*, 6, 127–138.
- Реутов, Е. В. (2021). Городская среда как фактор социального самочувствия населения и риски, сопутствующие её изменению. *Управление городом: теория и практика*, 1(39), 51–54.
- Семененко, И. С. (2017). Гражданская идентичность. В И. С. Семененко (ред.) *Идентичность: Личность, общество, политика*. (647–654) Москва: Изд-во «Весь Мир».
- Simon, H. A. (1997). *Administrative Behavior*. New York: Free Press.

Статья поступила в редакцию 10.11.2023

Статья принята к публикации 23.01.2024

Для цитирования: Русия Н. Т. Субъекты формирования локальной идентичности и их ресурсный потенциал. *Южно-российский журнал социальных наук*. 2024. Т. 25. № 1. С. 48–65.

ACTORS OF LOCAL IDENTITY FORMATION AND THEIR RESOURCE POTENTIAL

N. T. Rusiya

Natella T. Rusiya,

Kuban State University, Stavropolskaya Str, 149, Krasnodar, 350040, Russia.

E-mail: Natarus2412@mail.ru. ORCID 0000-0001-5852-3574.

Acknowledgements. The study was financially supported by the Russian Science Foundation and the Kuban Science Foundation within the framework of project No. 22-18-20059 “Policy for the development of rural areas of the Krasnodar Territory: the potential of intangible resources”.

Abstract. In the current context of political and social transformations, it is becoming increasingly important for many people to search for a comprehensible system of coordinates and a meaningful set of reference points. The concept of local identity, defined as an individual's sense of belonging to their place of residence, plays a significant role in shaping the subjectivity of local communities engaged in addressing issues related to territorial development. The self-identification of an individual at the local level is crucial in shaping the motivation to solve problems of public importance for the territory and in establishing guidelines for the development of the local community. The objective of this paper is to identify and describe the actors of identity politics at the local level and assess their resource potential. The research argues that local identity politics is defined by its multi-subject nature. The actors in this process include local self-government bodies, businesses and entrepreneurs, political parties and socio-political movements, ethnic communities and diaspora associations, the media and blogosphere, cultural and educational networks (cultural and educational institutions), community leaders, civic organizations/associations, and religious organizations. The actors engaged in identity politics at the local level possess a set of resources that the author has classified into the following categories: conceptual, staff, administrative-organizational, material and financial, informational, symbolic, and network. It was demonstrated that cultural and educational networks, community leaders, and diaspora associations in rural communities contribute significantly to the implementation of identity politics. In urban areas, the media is also a significant subject, while ethnic communities are less integrated into identity politics as an important participant.

Keywords: identity, identity politics, local identity, actors of identity politics, rural territories, urban territories.

DOI 10.31429/26190567-25-1-48-65

References

- Anderson, B. (2016). *Voobrazhayemyye soobshchestva. Razmyshleniya ob istokakh i rasprostranenii natsionalizma* [Imagined communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism]. M.: Kuchkovo pole.
- Achkasov, V. A. (2005). Etnicheskaya i regional'naya identichnost' v rossiyskom pole politiki [Ethnic and Regional Identity in The Russian Political Field]. *POLITEKS [POLITEKS]*, 1, 68–82.
- Bederson V.D. (2015). V poiskakh geroyev: raznoobraziye personalistskikh identifikatorov i politika identichnosti v regionakh sovremennoy Rossii [Searching for the Heroes: Variety of Personalistic Identifiers and Identity Politics in the Regions of Modern Russia]. *Simvolicheskaya politika [Symbolic Polity]*, 3, 192–209.
- Berger P., Lukman T. (1995). *Sotsial'noye konstruirovaniye real'nosti. Traktat po sotsiologii znaniya* [The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge]. M.: Medium.
- Burd'ye, P. (1993). *Sotsiologiya politiki* [Sociology of Politics]. M.: Socio-Logos.
- Gel'man, V. (2010). Vlast', upravleniye i lokal'nyye rezhimy v Rossii: ramki analiza [Power, Governance and Local Regimes in Russia: a Framework for Analysis]. *Neprikosnovennyy zapas [Neprikosnovennyy zapas]*, 2, 53–62.
- Grin'ko, I. A., Shevtsova, A. A. (2015). "Reanimiruya Andersona": muzey i karta v formirovaniy sovremennykh identichnostey ["Reanimating Anderson": Museum and Map in Formation of Contemporary Identities]. *Kul'turologicheskiy zhurnal [Journal of Cultural Research]*, 1(19), 9.
- Grishin N. V. (2019). Gosudarstvo kak sub'yekt politiki formirovaniya identichnosti [A State as an Actor of Identity Construction Policy]. *Kaspiyskiy region: politika, ekonomika, kul'tura [The Caspian Region: Politics, Economics, Culture]*, 3(60), 66–72.
- Dokuchayev, D. S., Nazukina, M. V. (2013). "Elitarnyy" regionalizm v Rossii: problema vzaimootnosheniy vlasti i intelligentsii (na materiale Permskogo kraya i Ivanovskoy oblasti) ["Elitist" Regionalism in Russia: The Problem of The Relationship Between the Authorities and The Intellectuals (by the Case of Permski Krai and The Ivanovo Region)]. *Intelligentsiya i mir [Intelligentsia and the World]*, 3, 18–33.

- Krylov, M. P. (2012). Kategoriya “identichnost’” v kontekste problemy prigranichiy [The Category of Identity in The Border Area Problem Contest]. *Mir psikhologii* [Mir psikhologii], 1(69), 137–151.
- Martynov, M. Yu., Purtova, V. S. (2013). Etnicheskaya i grazhdanskaya identichnost’ [Ethnic and Civil Identity]. *Vestnik Permskogo universiteta. Seriya: Politologiya* [Bulletin of Perm University. Series: Political Science], 3, 149–157.
- Nort, D. (1997). *Instituty, institutsional’nyye izmeneniya i funktsionirovaniye ekonomiki* [Institutions, Institutional Change and the Functioning of the Economy]. M.: Fond ekonomicheskoy knigi “Nachala”.
- Okunev, I. Yu. (2018). Territorial’naya i rostranstvennaya identichnost’: kontseptualizatsiya bazovykh ponyatiy [Territorial and Spatial Identity: New Approach to The Basic Concepts]. *Sravnitel’naya politika* [Comparative Politics], 1(9), 18–25.
- Prokhorenko, I. L. (2016). Vozmozhnosti prostranstvennogo podkhoda v izuchenii etnopoliticheskoy konfliktnosti [Possibilities of Spatial Approach in Analysis of Ethnopolitical Conflicts]. *Polis. Politicheskiye issledovaniya* [Polis. Political Studies], 6, 127–138.
- Reutov, Ye. V. (2021). Gorodskaya sreda kak faktor sotsial’nogo samochuvstviya naseleniya i riski, soputstvuyushchiye yeye izmeneniyu [The Urban Environment as a Factor of Population Social Well-Being and Risks Associated with Its Change]. *Upravleniye gorodom: teoriya i praktika* [City Management: Theory and Practice], 1(39), 51–54.
- Semenenko, I. S. (2017). Grazhdanskaya identichnost’ [Civil Identity]. In I. S. Semenenko (ed.) *Identichnost’: Lichnost’, obshchestvo, politika* [Identity: Personality, Society, Politics] (p. 647–654). Moskva: Izd-vo “Ves’ Mir”.
- Simon, H. A. (1997). *Administrative Behavior*. New York: Free Press.

Received 10.11.2023

Accepted 23.01.2024

For citation: Rusiya N. T. Actors of Local Identity Formation and Their Resource Potential.— *South-Russian Journal of Social Sciences*. 2024. Vol. 25. No. 1. Pp. 48–65.

© 2022 by the author(s). This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).