

ФИЛОСОФИЯ КУЛЬТУРЫ

УДК 008.001

DOI: 10.34130/2233-1277-2021-2-12

Г. М. Казакова

Южноуральский государственный аграрный университет,
Челябинск, Российская Федерация;
Сыктывкарский государственный университет им. Питирима Сорокина,
Сыктывкар, Российская Федерация

Региональная идентичность как результат социальной инженерии

В статье дается анализ региональной идентичности как социо-и культурообразующих оснований региона, обладающих ресурсом наращивания «прибавленной стоимости» символического капитала региона. А это, в свою очередь, ведет к росту инвестиционного капитала территории.

Региональная идентичность рассматривается в контексте процессов «социальной инженерии»: как конформистская и «понимающая»; традиционная и инновационная. Региональная идентичность проявляется как производная от деятельности политических институтов и связанная с границами субъектов Российской Федерации (московская, тамбовская, хабаровская и пр. идентичности); а также как структура на цивилизационной (Европа и пр.), исторической, географической (Юг России, Сибирь и пр.), ареальной (Горнозаводской Урал и пр.) и других основах.

Раскрывается диалектика взаимосвязи региональной идентичности и символического капитала региона через процессы социальной инженерии и социального менеджмента.

Эффективность социальной инженерии региональной идентичности зависит от: ценностей локуса, методов реализации политики идентичности (революционные или эволюционные); опоры на общественность или отсутствия таковой (поддержка или конфликт); степени публичности и открытости политики идентичности; политических потребностей действующих властей в легитимизации курса и т. д.

Символический ресурс региональной идентичности применяется в различных разновидностях управления, таких как имиджмейкинг региона — создание положительного запоминающегося образа региона; брендинг — формирование устойчивых ассоциаций и позитивной эмоциональной связи у людей с данным образом; паблик-арт — интеграция проектов современного искусства в пространственную среду региональных «месторазвитий».

«Социальная инженерия» региональной идентичности дает следующие результаты: упорядочиваются особенности региональной жизни; минимизируются двусмысленные трактовки и возможные расхождения между идеей и ее символическим воплощением; происходит перезагрузка региона или страны в соответствии с новой логикой символов и т. д. Все это приводит к мощному модернизационному эффекту региона от солидарного действия, поддержки курса перемен.

Ключевые слова: региональная идентичность, социальная инженерия, символический капитал, символический менеджмент, имиджмейкинг, брендинг, паблик арт региона.

G. M. Kazakova

South Ural State Agrarian University, Chelyabinsk, the Russian Federation;
Pitirim Sorokin Syktyvkar State University, Syktyvkar, the Russian Federation

Regional Identity as a Result of Social Engineering

The article analyzes the regional identity as the social, cultural and forming foundations of the region, which have the resource of increasing the “added value” of the symbolic capital of the region. And this, in turn, leads to an increase in the investment capital of the territory.

Regional identity is considered in the context of the processes of “social engineering»: as conformist and “understanding”; traditional and innovative. Regional identity manifests itself as a derivative of the activities of political institutions and is associated with the borders of the subjects of the Russian Federation (Moscow, Tambov, Khabarovsk, etc.); as well as a structure based on civilizational (Europe, etc.), historical, geographical (South of Russia, Siberia, etc.), areal (Mining Urals, etc.) and other bases.

The dialectic of the relationship between regional identity and the symbolic capital of the region through the processes of social engineering and social management is revealed

The effectiveness of social engineering of regional identity depends on: locus values, methods of implementing identity policy (revolutionary or evolutionary); reliance on the public or lack of it (support or conflict); the degree of publicity and openness of identity policy; the political needs of the current authorities in legitimizing the course, etc.

The symbolic resource of regional identity is used in various types of management, such as image-making of the region-creating a positive memorable image of the region; branding-forming stable associations and positive emotional connections among people with this image; public art-integrating contemporary art projects into the spatial environment of regional "localities".

The "social engineering" of regional identity gives the following results: the peculiarities of regional life are ordered; ambiguous interpretations and possible discrepancies between the idea and its symbolic embodiment are minimized; the region or country is rebooted in accordance with the new logic of symbols, etc. All this leads to a powerful modernization effect of the region from joint actions, support for the course of change.

Keywords: regional identity, social engineering, symbolic capital, symbolic management, image-making, branding, public art of the region.

Введение. Региональная идентичность — мощный инструмент мобилизации населения, важный элемент культурного дискурса региона [1]. Региональная идентичность — это форма проявления культуры «укорененности», интегрирующая в пределах определенной территории местные проявления российской (цивилизационной) идентичности и различные региональные социокультурные характеристики [2, с. 113]. Региональная идентификация находится в прямой зависимости от эффективной работы всех подсистем: от административных и общественных до семейных, образовательных, социальной защиты и т. д. В повседневности приходится различать идентичность реальную и символическую.

Социальная инженерия — термин, который представляет собой совокупность подходов прикладных социальных наук, ориентированных на целенаправленные действия по изменению организационных структур человеческого поведения. Применение приемов *социальной инженерии* для формирования региональной идентичности возможно для изменения социального поведения, менталитета, аксиологической картины мира, а самое важное, управления пове-

дением и заинтересованности самих регионов в лице их граждан, в более высоком уровне жизнеспособности региона.

В житейской реальности индивид ощущает свои родовые корни, голос крови, свое фактическое пребывание в социальной общности. Но идентичность как феномен сооружается на уровне символическом. Реальный индивид в этом случае вступает в мир символов, которому нужно соответствовать. Он соотносит себя с предложенным символическим рядом, соотносит житейскую картину мира с героическими, мессианскими, подвижническими идеологемами, которые вызывают пафос, настроение энтузиазма. Однако этот процесс несет в себе огромные сложности, так как история не всегда позволяет сойтись этим двум пластам осмысления реальности [3, с. 367].

В последние десятилетия возникают новые формы «проектного подхода» в конструировании региональной идентичности, осмысление чего происходит в терминах «регионостроительство», «сетевая концепция», «ретерриториализация», «децентрализация», «новый регионализм» и пр. Конструируемая региональная идентичность становится инструментом социально-политической мобилизации населения, разновидностью «социальной инженерии».

Методы исследования, теоретическая база. В контексте социальной инженерии региональная идентичность проявляется в двух основных вариантах:

— как производная от деятельности политических институтов и связанная с границами субъектов Российской Федерации (московская, тамбовская, хабаровская и пр. идентичности);

— как структура на цивилизационной (Европа и пр.), исторической, географической (Юг России, Сибирь и пр.), ареальной (Горнозаводской Урал и пр.) и других основах. Формальные (административные) границы отходят на второй план, за основу берется регион как социокультурный локус: история освоения территории, общая модель хозяйственной деятельности и уклад повседневной жизни поддерживают представления жителей об общем пространстве поверх административных границ и на этой основе формируют устойчивую региональную идентичность как историко-культурный «фундамент» места и ментальный конструкт [4, с. 138] Идентичность регионального сообщества актуализируется на основе не-

избежности совместного бытия и потребности в добрососедских и взаимовыгодных отношениях с населением других территорий

Региональная идентичность в контексте *социальной инженерии* является значимой, устойчивой, непреходящей характеристикой прежде всего политических процессов в регионах. Достаточно иметь в виду, что те или иные особенности регионов обусловлены исторически сложившимися паттернами регионального развития, возникшими в ходе освоения территорий и включения их в структуру государства. Также очень популярен механизм «изобретения традиций», который повсеместно используется политическими акторами в качестве политической мобилизационной стратегии идентичности. Данная стратегия является «игрой на двух уровнях»: внешнем и внутреннем. Внешний уровень адресован акторам, находящимся вне региона (федеральный центр, зарубежные и международные организации, экономические акторы) и преследует цель притока в регион ресурсов (инвестиций, налоговых льгот, преференций, поддержки влиятельных персон, лоббизм и т. д.). Внутренняя адресована внутрирегиональному социуму (избирателям), преследует цель максимизации власти либо легитимизации статус-кво (для правящих элит), либо, наоборот, подрыва ее легитимности (для контрэлит).

Таким образом, в современности социальная реальность переносится из физического пространства в план сознания, заменяется интенциональными смыслами. Особенно это актуализируется в информационную эпоху [5, с. 138]. Эта противоречивая ситуация формирует разные стратегии ориентации — *адаптивную* и *креативную*. *Адаптивная* ориентация дает модель *конформистской* идентичности, *креативная* — «понимающей».

«Понимающая» идентичность отличается от эмоциональной и поведенческой идентичности логической выстроенностью, адекватностью в понимании ситуации. Она демонстрирует способность к обобщению, к свертыванию в целостность разных форм идентичности. В ней, помимо логических структур, наличествует глубокий символический строй на основе культурных традиций [5, с. 15]. Понимающая идентичность особенно актуализируется в эпоху информационного общества.

Результаты исследования и их обсуждение. *Социальная инженерия* региональной идентичности представляет собой ряд стандартизированных действий. Прежде всего — это формирование чувства общей «почвы», что включает в себя разработку истории региона. На конструирование региональной идентичности влияет прежде всего политика, в частности, федерального центра по отношению к региону, в том числе информационная, проявляющаяся в содержании и характере информации о регионах в центральных СМИ. Здесь конструктивистский характер воздействия элит наиболее заметен, так как история всегда перегружена политическим смыслом: это своего рода символическая политика, осваивающая историческое время и пространство. Памятные даты, памятники, ритуалы, топонимика, краеведческая литература, отбор «героев» и великих людей, происходящие при активном участии региональных элит, создают образ общего прошлого как мощный консолидирующий фактор.

В этом случае региональная идентичность может развиваться по двум моделям: *традиционной* и *инновационной*.

Традиционная модель предполагает поддержку и эксплуатацию региональными властями уже сложившихся паттернов регионального своеобразия, использование уже наработанного культурно-символического ресурса и подчеркивание закрепленных особенностей места.

Инновационная модель в территориальном маркетинге связана с тенденцией поиска и конструирования новых выразителей особенности, уникальных явлений и репрезентационных символов (например, попытка Челябинска превратить город в «метеоритную столицу мира» в 2013 г.). Для данного направления характерно использование новых механизмов конструирования идентичности: виртуальные площадки, сетевые технологии, флешмобы, перформансы и пр.

Эффективность *социальной инженерии* региональной идентичности при этом зависит:

— от ценностей, определяющих содержание политики идентичности (краткосрочные имиджевые задачи и ставка на долгосрочное развитие территории и повышение качества жизни ее населения);

- методов реализации политики идентичности: революционные или эволюционные;
- опоры на общественность или отсутствия таковой и ее реакции: поддержка или конфликт;
- степени публичности и открытости политики идентичности, участия внешних акторов и профессиональных групп в разработке целей и средств достижения политики идентичности: инклюзивных или эксклюзивных;
- политической потребности в легитимизации курса действующих властей и упрочения позиций действующего губернатора [5, с. 15].

Важным результатом *социальной инженерии* является создание *символического капитала* территории, обуславливающего в дальнейшем ее привлекательность и уникальность. Современная геополитика представляет собой сложную процедуру обмена *символического капитала* (в качестве такового выступают рыночные ценности, права и свободы человека) на капитал реальный (природные и людские ресурсы). С этих позиций перед большинством российских регионов стоит задача преодолеть собственную непривлекательность как «геополитического товара» [6, с. 19].

Понятие *символический капитал* как капитал «чести и престижа» [7, с. 231] первым ввел в научный оборот П. Бурдьё в 1980 г. в работе «Практический смысл». Специфика функционирования символического капитала, по мнению П. Бурдьё, определяется отношениями «услуга — доверие — услуга». Услуга является единицей измерения такого капитала, стоимость доверия определяется количеством и качеством вложенного в создание доверия труда. Преимуществом существования символического капитала является его мобильность, объясняемая информационной природой символического капитала. Соответственно, перспективой развития символического капитала выступает информационное накопление, ведущее к символическому могуществу конкретного общества. В отличие от материального капитала функциональные возможности символического капитала больше, поскольку он приносит как денежную выгоду, так и символическую, т. е. выгоду политического, социального, психологического, эстетического, религиозного, аксиологического и т. д. характера.

Возможности символического капитала по консолидации общества, повышению легитимности политических элит, модернизации региона обширны и, пожалуй, безграничны, а актуализация стойкой региональной идентичности является универсальным и мощным инструментом быстрого накопления «доверия», усиления единства общества, предпосылкой формирования гражданского общества или предгражданских институтов, создания массовых настроений поддержки политического курса и ряда других условий, необходимых для модернизационных процессов [8, с. 146—154].

Вопросы символического ресурса, накопления символического капитала реализуются в процессе символического менеджмента.

Под *символическим менеджментом* понимается особая политическая технология, целенаправленно используемая политическими элитами для создания различных видов символической продукции: ритуалов, традиций, образов, легенд, имиджа, брендов, мифов и т. д. Весь этот символический ресурс применяется в различных разновидностях управления, таких как *имиджмейкинг* региона — создания положительного запоминающегося образа региона; *брендинг* — формирование устойчивых ассоциаций и позитивной эмоциональной связи у людей с данным образом; *паблик-арт* — интеграция проектов современного искусства в пространственную среду региональных «месторазвитий», чтобы обозначить их сакральные функции или историко-культурные смыслы.

В этом случае символический менеджмент перерождается в искусство «политической манипуляции» — деятельности по управлению информационной средой с целью создания у населения желаемого представления о себе и регионе.

1. При этом стратегии конструирования новой региональной идентичности (ее корректировки, перерождения и т. д.) учитывают следующие характеристики региона: этничность, экономические процессы, геополитику, размер региона и степень урбанизации, специфику региональных элит, особенности массового политического поведения, электоральную устойчивость. А политика региональной идентичности становится «искусством возможного», используя взаимодополняющие стратегии *символического менеджмента*: контроль над политической повесткой дня: целенаправленное включение политики региональной идентичности в политический дискурс.

2. Стратегический выбор акторами моделей поведения: поиск эффективного способа продажи символической продукции на рынке политики региональной идентичности.

3. Манипуляция проблемными измерениями политики: минимизация конкуренции за счет монополизации рынка или ослабления оппонентов [9, с. 97—98].

Применение подобного символического инструментария приводит к следующим результатам:

Во-первых, упорядочиваются особенности региональной жизни, структурированные в неких понятных символах и целостных образах.

Во-вторых, минимизируются двусмысленность трактовки и возможные расхождения между идеей и ее символическим воплощением и смыслов, которые им могут приписывать люди при восприятии.

В-третьих, происходит перезагрузка региона или страны в соответствии с новой логикой символов [10, с. 122].

Заключение. Все это приводит к мощному модернизационному эффекту от солидарного действия, поддержки курса перемен. Уже отмечалось, что действие символического менеджмента направлено на индивида — «совокупного жителя территории», но на уровне управления региональные смыслы артикулируются политическими элитами. И здесь важно недопустить ситуацию диссонанса: когда новые символы и представления входят в противоречие с культурными традициями локального общества [11]. Вот почему слабое понимание политическими акторами самотождественности населения с территорией значительно сказывается на региональной и федеральной политике. Отсюда продуктивным должно стать формирование региональной идентичности как целостной совокупности трех сценариев: актуализации исторически сложившихся смыслов; поддержки и укрепления сложившихся символов в настоящем времени; поиска и конструирования на этой основе новых смыслов. Таковы сценарии «дрейфа» региональной идентичности — цивилизационной подвижности ее «прошлого», «настоящего» и «будущего» как важнейшего предварительного условия солидарной модернизации региона.

Библиографический список

1. Казакова Г. М. Регион как пространство-время идентичности: топохрон и хронотоп региональной идентичности // *Культура культуры*. 2018. № 1 (17). С. 10.
2. Казакова Г. М. Регион как социокультурный феномен. М.: НОУ УРАО, 2013. 164 с.
3. Гуревич П. С., Спирова Э. М. Идентичность как социальный и антропологический феномен. М.: Канон+РООИ «Реабилитация», 2015. 368 с.
4. Назукина М. В. Новые тенденции в политике идентичности на региональном уровне России: акторы, специфика, тренды // *Научный ежегодник Института философии и права УрО РАН*. 2014. Т. 14. С. 137—150.
5. Региональные идентичности и социальные отношения : монография / Е. М. Калашникова, В. А. Порозов, А. А. Краузе и др.; Пермский гос. гуманитарно-пед. ун-т. Пермь, 2014. 198 с.
6. Суханов В. М. Региональная политическая идентичность в России: теоретический анализ состояния и перспективы. Саратов, 2009. 44 с.
7. Бурдые П. Практический смысл : пер. с фр. СПб.: Алетейя, 2001. 562 с.
8. Федотова Н. Г. Символический капитал места: понятие, особенности, методики исследования // *Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение*. 2018. № 29. С. 143—155.
9. Гельман В. Я. Политические элиты и стратегии региональной идентичности // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2003. Т. VI. № 2. С. 91—105.
10. Демидова М. В. Единицы измерения и ликвидность символического капитала: социально-философский подход // *Вестник Поволжской академии государственной службы*. 2014. № 2 (41). С. 117—124.
11. Мурзина Д. Ш. Роль региональных мифов в политическом сознании россиян // *Власть*. 2013. № 7. С. 102—104.

References

1. Region as space-time of identity: toponchron and chronotope of regional identity. *Kul'tura kul'tury* [Culture culture], 2018, no. 1 (17), p. 10. (In Russ.)
2. Kazakova G. M. *Region kak sotsiokul'turnyy fenomen* [Region as a sociocultural phenomenon]. Moscow: NOU URAO, 2013. 164 p. (In Russ)
3. Gurevich P. S., Spirova E. M. *Identichnost' kak sotsial'nyy i antropologicheskiiy fenomen* [Identity as a social and anthropological phenomenon]. Moscow: Kanon+ROOI «Reabilitatsiya», 2015. 368 p. (In Russ.)
4. Nazukina M. V. New trends in identity politics at the regional level of Russia: actors, specificity, trends. *Nauchnyy yezhegodnik Instituta filosofii i prava UrO RAN*, 2014, vol. 14, pp. 137—150. (In Russ.)

5. Kalashnikova Ye. M., Porozov V. A., Krauze A. A. et. Al. *Regional'nyye identichnosti i sotsial'nyye otnosheniya: monografiya* [Regional identities and social relations: monograph]. Perm', 2014. 198 p. (In Russ.)

6. Sukhanov V. M. *Regional'naya politicheskaya identichnost' v Rossii: teoreticheskiy analiz sostoyaniya i perspektivy* [Regional political identity in Russia: theoretical analysis of the state and prospects]. Saratov, 2009. 44 p. (In Russ.)

7. Bourdieu P. *Prakticheskiy smysl* [Practical meaning]. St. Petersburg, Aleteya, 2001. 562 p. (In Russ.)

8. Fedotova N.G. Symbolic capital of the place: concept, features, research methods. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedeniye* [Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History], 2018, no. 29, pp. 143—155. (In Russ.)

9. Gel'man V. Ya. Political elites and strategies of regional identity. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology], 2003, vol. VI, no. 2, pp. 91—105 (In Russ.).

10. Demidova M.V. Units of measurement and liquidity of symbolic capital: a socio-philosophical approach. *Vestnik Povolzhskoy akademii gosudarstvennoy sluzhby* [The Bulletin of the Volga Region Institute of Administration], 2014, no. 2 (41), pp. 117—124 (In Russ.).

11. Murzina D. Sh. The role of regional myths in the political consciousness of Russians. *Vlast* ' [The Authority], 2013, no. 7, pp. 102—104 (In Russ.).