
РЕГИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ В ДИСКУРСЕ СОЦИОЛОГИИ РЕГИОНАЛЬНОГО РАЗВИТИЯ¹

Г.С. Корепанов

Тюменская областная дума
ул. Республики, 52, Тюмень, Россия, 625018

Понятие региональной идентичности является базовым в новом научном направлении — социологии регионального развития. Развитая региональная (локальная) идентичность связана с особым чувством территории (места) членов данного сообщества, которая повседневно нуждается в их поддержке. Особенность авторской теоретической схемы проявляется в трактовке региональной идентичности и сопряженных с ней рациональности, действия, ценностей (культуры), институтов, социальных норм, рассматриваемых на уровне действующих субъектов и локализуемых в конкретном региональном пространстве (региональном контексте). Теоретическая авторская схема верифицирована конкретным эмпирическим исследованием. Главный результат проведенного экспериментального опроса — это верификация концепции региональной идентичности, позволяющая выявить социальные эффекты, базирующиеся на идентификации носителей власти с ценностными предпочтениями региональных сообществ и составляющих их индивидов.

Ключевые слова: региональная идентичность, идентификация, результаты опроса жителей Тюменского региона, «свой-чужой».

В настоящее время усилился научный интерес к проблеме региональной идентичности. Так, Институт социологии РАН опубликовал исследование по современным проблемам российской идентичности [5].

В социологической традиции теория социальной идентичности развивалась как концепция объяснения групповых и межгрупповых феноменов в терминах их преимущественного порождения коллективным Я. Понятие социальной идентичности используется в исследованиях проблем массового поведения и коллективного процесса, политической риторики, девиантного поведения, молодежных субкультур. Одним из оснований теоретико-методологического анализа социальной идентификации является диспозиционная теория регуляции социального поведения личности В.А. Ядова [6; 4], в которой социальная идентичность рассматривается как относительно устойчивое диспозиционное образование.

В теоретическом плане понятие «социальная идентичность» можно «конвертировать» в понятие региональной идентичности — конечно, при определенных условиях, среди которых выделим следующие:

— обязательный учет индивидуальных когнитивных механизмов и мотиваций, которые лежат в основе формирования не только межличностных связей, но также и эмоциональных связей с данным местом. Тем самым реализуется психологическая компонента идентификации. Важен учет влияния идентификации на индивидуальные чувства человека и отношения его Я с другими; важен также учет действий, мотивированных социально заданными трактовками этих отношений в данном локальном (территориальном) контексте;

¹ Работа выполнена при финансовой поддержке фонда РГНФ, грант № 06-03-00566а.

— формирование и опыт региональной идентичности тесно связаны с поддержанием социального порядка на уровне региона (территории), поэтому объектом исследовательского интереса здесь являются социально-региональные роли и опосредованные ими интеракции;

— важен учет социокультурных стереотипов, определяющих общий склад сознания жителей данного региона, их базовые жизненные ценности, мотивации, способы восприятия действительности, понимаемые как относительно устойчивое диспозиционное образование, в итоге обеспечивающее достаточно надежную их трансляцию как во времени, так и в пространстве.

Подчеркнем, что деление на социальную и региональную идентичность носит условно-аналитический характер. Узкое и широкое понимание идентичности (или самосознания) предлагает Л.М. Дробижева. По ее мнению, согласно узкому пониманию, идентичность — это просто самоотнесение к группе, а в широком понимании простое самоотнесение дополняется более содержательными и глубокими представлениями о своей группе, о ее языке, культуре, истории, регионе, государственности и т.п. [2].

Можно утверждать, что региональная идентичность — это переживаемые и осознаваемые смыслы и ценности той или иной системы локальной общности, формирующие «практическое чувство» (самосознание) территориальной принадлежности индивида и группы. Вопрос региональной идентичности для них является, по сути дела, вопросом определяющим. Так, для типично русского населения региональная идентификация определялась, как правило, не столько чисто национальной (русский), сколько территориальной принадлежностью, придающей в собственных глазах и глазах окружающих специфические социально, психологически и культурно значимые признаки. Об этом писал еще Питирим Сорокин, согласно которому «из всех связей, которые соединяют людей между собой, *связи по местности* являются самыми сильными» [7. С. 210]. Помогая ответить на вопрос «К чему я принадлежу?», идентификация с данной территориальной общностью и обстоятельства социальной жизни приобретают для индивида глубокий личностный смысл.

Выделяют две составляющие региональной идентичности: объективную и субъективную. В объективном плане региональная идентичность часто выступает как процесс интерпретации региональной уникальности, когда данный регион становится институционализированным в определенном виде сообщества. Этот процесс обусловлен и поддерживается дискурсивными практиками и ритуалами и состоит из производства региональных границ, системы символов, смыслов и институтов. Акцент делается на объединении людей по региональному признаку для выражения своих региональных (локальных) интересов в тех или иных сообществах вне прямой связи с территориальным делением. Возникает «сообщественный эффект», означающий, что сообщество существует, обретает политическую субъектность, происходит его активизация и актуализация в политическом и в социально-экономическом пространстве. Индикатором существования именно такого сообщества и является наличие региональной идентичности, или в терминах Дж. Эгню «чувства места» [11]. Бывает, что на основе данного типа ре-

гиональной идентичности развиваются некоторые признаки национализма, свидетельствующие о высокой степени развития прежде всего политических интересов данного сообщества.

В субъективном плане региональная идентичность выступает как осознание интересов, индивидуальных когнитивных механизмов, мотивации индивидов, которые лежат в основе формирования межличностных связей; групповых и межгрупповых феноменов в терминах их преимущественного порождения коллективным региональным сознанием. Понимание идентичности как категории, обозначающей переход объективности в субъективность и, наоборот, субъективного в объективное, — важный методологический момент также и для определения категории экономико-социального регионального интереса, причем такой интерес может рассматриваться именно «с точки зрения переходного элемента в сознании людей — к действию, к мотивации» [3. С. 365].

Использование данного подхода позволяет рассматривать территорию не только как жизнедеятельность сообщества, но и как жизнедеятельность элиты, которые выступают от имени сообществ, представляя в той или иной степени их интересы.

Особенности тюменской региональной идентичности заключаются в том, что она амбивалентна: опросы показали исключительную сложность, многоуровневость и многозначность идентификации себя частью населения в разном качестве: согласно одной точке зрения, Тюменский регион (а также и те жители, которые идентифицируют себя с ним) — это нефтяная и газовая столица Российской державы; согласно другой точке зрения, это колония, эксплуатируемая центром. Однако жизнь людей, населяющих тюменскую землю, их коллективное региональное Я — намного шире и глубже этой «ресурсной парадигмы». По выражению губернатора Тюменской области В. Якушева, для России Тюмень — это и столица нефтегазового региона, и ее нефтяной символ, и мировой бренд [10. С. 365].

Переходя от методологически-теоретических рассуждений и разработки аналитических категорий региональной идентичности к их содержательной наполняемости и привязке к конкретным явлениям, рассмотрим некоторые социологические данные — результаты эмпирических исследований, непосредственно связанных с заявленной проблематикой.

В исследовании, проведенном ИС РАН под руководством М.К. Горшкова, особенности мировоззренческих типов российских граждан и их самоидентификаций изучались в контексте ответов на вопросы: «С кем россияне отождествляют себя сегодня?», а также «К кому они испытывают наибольшую близость?». По мнению М.К. Горшкова, не ответив на эти вопросы, нельзя понять ни перспективы формирования в России осознанных групповых интересов и умения их отстаивать в рамках гражданского общества, ни перспективы того или иного пути политического и экономического развития России. В исследовании были изучены разные виды возможных идентичностей. Полученные результаты (табл. 1) демонстрируют, с кем и в какой степени россияне испытывают чувство общности, с кем они себя отождествляют в рамках групповых идентификаций [5. С. 14—15]. Выявлены четыре группы устойчивых самоидентификаций (2007 г.).

Таблица 1

С кем и в какой степени россияне испытывают чувство общности, 2007 г.

(%)

С кем испытывали чувство общности	Часто	Иногда	Практически никогда
С товарищами по работе, учебе	55	38	7
С людьми своего поколения	57	38	5
С людьми той же национальности	54	38	8
С людьми той же профессии, рода занятий	59	35	6
С людьми, разделяющими взгляды респондента на жизнь	62	33	5
С людьми, живущими в том же городе или поселке	39	50	11
С россиянами	35	50	15
С людьми того же материального достатка	46	45	9
С гражданами СНГ	11	51	38
Со всеми людьми на планете	8	36	56
С «советским народом»	15	42	43
С людьми, близкими по политическим взглядам, позициям	27	50	23
С теми, кто не интересуется политикой	22	53	25
С европейцами	6	33	61

Источник: [1. С. 14—15].

Первую группу составили пять идентификаций, фиксируемые более чем половиной респондентов: часть идентификаций имеет предметный характер (товарищи по работе или учебе), четыре относятся к абстрактно-символическому типу общностей (люди, разделяющие те же взгляды на жизнь — это ведущая идентичность из предложенного списка; люди того же поколения; люди той же профессии и рода занятий; люди той же национальности).

Вторую группу составили самоидентификации, которые стабильно разделяют свыше трети россиян. К ним относятся: идентификации с людьми того же материального достатка; идентификации с людьми, проживающими в том же населенном пункте; с россиянами.

Третью группу, значимую в общей сложности примерно для половины россиян, составляют идентичности, связанные с отношением к политике, — 27% устойчиво ощущают близость с людьми, близкими им по политическим взглядам, и 22% также устойчиво относят себя к тем, кто политикой не интересуется. Наконец, четвертую группу составляют относительно малораспространенные самоидентификации, которые постоянно разделяют не более 15% респондентов, — с «советским народом», с гражданами СНГ, со всеми людьми на планете, с европейцами. Удивительно при этом не то, что все эти макроидентичности мало распространены как устойчивые, а то, что по всем ним сократилось число граждан, никогда их не испытывающих [5].

Далее рассмотрим некоторые результаты опроса жителей Тюменского региона, которое включало три субъекта Российской Федерации (Тюменская область, Ханты-Мансийский—Югра (ХМАО) и Ямало-Ненецкий (ЯНАО) автономные округа). Исследования в регионе проведено при активном содействии областной Думы. Всего было опрошено 4000 человек по опросному листу интервью, разработанному Центром изучения социокультурных изменений Института философии РАН, а также 90 специалистов по анкете эксперта (июнь 2006 г.) [8]. В инст-

рументарий были включены вопросы, характеризующие степень идентификации населения («свое — чужое») с социально-территориальными структурами: поселение (городское, сельское); административный район, его поселение-центр; регион, его город-центр; и в опросе выяснялось, какие из этих структур действительно являются социальными общностями, лично значимыми для жителей региона («свое»), а какие из них функционируют как необходимые формализованные системы, далекие от личности («чужое»); на уровне методики была операционализирована и верифицирована концепция социального самочувствия как совокупность оценок, которые люди дают себе, своим повседневным взаимодействиям друг с другом, с социальными институтами, территориальными сообществами и обществом в целом [9].

Респонденты отвечали на вопрос: «В какой мере Вы чувствуете свою близость или отдаленность («свое-чужое») с... (жителями поселения, в котором я живу, жителями областного центра, хотя я там и не живу, жителями всей моей области, жителями Москвы — столицы России, жителями всей России, жителями всей Земли)». Для каждого из вопросов было предусмотрено три варианта ответа (есть близость, нет близости (не знаю), отказ). Для измерения степени интенсивности слоевой близости («свое-чужое»), используется коэффициент интенсивности слоевой близости $K_{и\delta}$ как отношение числа респондентов, отметивших наличие близости, к числу тех, кто отметил ее отсутствие (табл. 2).

Таблица 2

Степень интенсивности слоевой близости ($K_{и\delta}$ = «свое-чужое»), Тюменский регион

Территория	Жители поселения, в котором я живу	Жители областного центра, хотя я там и не живу	Жители всей моей области	Жители Москвы — столицы России	Жители всей России	Жители всей Земли
1	2	3	4	5	6	7
Юг ТО	8,72	1,91	0,91	0,12	0,36	0,22
ХМАО	7,22	1,09	0,49	0,11	0,31	0,21
ЯНАО	9,67	1,02	0,60	0,18	0,38	0,31

Как видно из табл. 2, максимальный коэффициент интенсивности слоевой близости ($K_{и\delta}$) верифицируется по признаку «жители поселения, в котором я живу» — в пределах величины 7,22—9,67 (вторая графа табл. 2); «жители областного центра, хотя я там и не живу» — в пределах 1,02—1,91. Важно отметить, что коэффициент интенсивности слоевой близости по признаку «жители Москвы — столицы России» оказался минимальным — в пределах 0,11—0,18, он ниже уровня слоевой близости $K_{и\delta}$ по признаку «жители всей России» (0,31—0,38) и «жители всей Земли» (0,21—0,31). Все это говорит о том, что идентичности микроуровня намного сильнее, чем макроуровня, а идентичность, связанная с Москвой, самая слабая.

Во всероссийском исследовании, проведенном в 2006 г. ЦИСИ ИФ РАН под руководством Н.И. Лапина и Л.А. Беляевой по выборке в 1200 человек, задавался вопрос «Ощущаете ли Вы близость с людьми...» и предусматривались иные варианты ответов, всего 13 измерений. Эти вопросы направлены на то, чтобы понять,

с каким уровнем общности в наибольшей степени идентифицируют себя респонденты. Для каждого из вопросов было предусмотрено три варианта ответа (есть близость, нет близости (не знаю), отказ). Интересно рассмотреть, как проранжировались эти ответы по коэффициенту интенсивности слоевой близости:

Ощущаете ли Вы близость...?	$K_{иб}$
с друзьями	7,38
с людьми Вашего возраста	6,19
с людьми Вашей национальности	4,24
с людьми того же достатка, что и у Вас	3,94
с людьми той же профессии, что и у Вас	3,20
с товарищами по работе, учебе	2,96
с гражданами России	2,79
с теми, кто живет в Вашем поселке, городе	2,72
с людьми Вашего вероисповедания, религии	2,20
со всеми, кто были гражданами СССР	1,69
со всеми людьми на Земле	1,44

Эти данные позволяют оценить, в каких пределах колеблется коэффициент $K_{иб}$ и насколько среднероссийская ситуация отличается от внутрорегиональной, а также оценить согласованность ответов респондентов в трех различных исследованиях. Итак, первая группа идентификаций, относящаяся к предметному типу (с друзьями, ровесниками, людьми одной национальности, достатка) это те, общность с которыми ощущает более двух третей ответивших. Следующие слои относятся к тем, которые стабильно разделяет более половины россиян (с людьми одной профессии, товарищами по работе, учебе, гражданами России, с земляками на местном уровне, единоверцами). Остальные относятся уже к малораспространенному типу, и их отмечает уже гораздо меньше респондентов, причем гораздо чаще респонденты уклоняются от ответа на этот вопрос, причем результаты носят достаточно устойчивый характер, и можно говорить о том, что региональная идентичность относится ко второму слою близости, который разделяет более половины, но менее двух третей респондентов, уступая по степени интенсивности идентификаций предметного типа, но значительно превышает абстрактно-условные идентификации. Можно предположить, что если уровень $K_{иб}$ оказывается ниже единицы, люди либо рассматривают данную общность как некую абстракцию либо активно не желают идентифицировать себя с данной общностью.

Согласно нашей гипотезе, следовало ожидать, что жители Тюменского региона должны быть максимально солидарны и испытывать максимальное чувство общности с жителями своего поселения, в котором они живут. В этом гипотеза подтвердилась: так, 35,4% респондентов ощущают жителей своего поселения как «свое», и еще 24,2% — как «близкое», в этой категории также меньше всего затруднившихся с ответом — 13,5%. На втором месте стоит категория «жители областного центра» (9,1% ответили «свое», 23% — «близкое»), и на третьем — «жители всей моей области» (6% ответов «свое» и 15% «близкое»). Отметим, что данные, близкие полученным нами, оказались и в исследовании ИС РАН (см. табл. 1). Так, «россияне испытывают чувство общности... с людьми, живущими в том же городе или поселке» — 39% (в нашем исследовании — 34%); «со всеми

людьми на планете» — 8% (в нашем исследовании — 5%). Анализ самоидентификаций россиян дает основание говорить о том, что каждый россиянин внутренне включен в систему сложных социальных ролей и связей, важность которых для разных людей и групп далеко не одинакова. Для большинства из них не очень важны макротерриториальные общности, зато важны территориальные микрообщности, отражающие духовную близость людей одного региона.

Для количественной оценки отношения к Тюменскому региону использован коэффициент, отражающий рефлексию субъекта по отношению к данной территории: индекс $K_{\text{рег}}$ (коэффициент региональной рефлексии) вычисляется исходя из ответов на вопрос: «Какие чувства Вы испытываете по отношению к своему региону?» (варианты ответа: «Я рад, что живу здесь»; «В целом я доволен, но многое не устраивает»; «Не испытываю особых чувств по этому поводу»; «Мне не нравится жить здесь, но привык и не собираюсь уезжать»; «Хотел бы уехать в другой регион России»; «Хотел бы вообще уехать из России») (табл. 4). Как видим, среди таких базовых жизненных ценностей, верифицируемых в эмоциональном отношении к своему региону в признаке «Я рад, что живу здесь», составляет около 30% жителей Тюменского региона, а в признаке «В целом я доволен, но многое не устраивает» составляет около 40% жителей Тюменского региона. Отметим, что в среднем по России эмоциональное отношение к своему региону в признаке «Я рад, что живу здесь» отмечает существенно большая доля респондентов (42,5%), а совокупная доля положительно окрашенных ответов существенно выше внутрирегиональной ситуации. Заметен разброс — от 11% (городские жители ХМАО) до 16% (сельские жители ЯНАО) населения северных округов хотели бы уехать в другой регион России. В среднем по России сменить место жительства хотело бы не более 2% населения.

Таблица 4

**«Какие чувства Вы испытываете к своему региону»
Тюменский регион**

(%)

Отношение к региону	Юг ТО	ХМАО	ЯНАО	Россия в среднем*
Я рад, что живу здесь	31,2	26,0	30,4	42,5
В целом я доволен, но многое не устраивает	41,2	40,8	36,4	40
Не испытываю особых чувств по этому поводу	14,1	12,1	10,1	7,8
Мне не нравится жить здесь, но привык и не собираюсь уезжать	6,5	6,0	6,1	4,2
Хотел бы уехать в другой регион России	4,2	11,4	13,1	2,1
Хотел бы вообще уехать из России	2,7	2,6	3,2	1,5
Отказ от ответа, нет ответа	0,1	1,2	0,7	2
Итого	100	100	100	100

* Данные по России приводятся по исследованию, проведенному ЦИСИ ИФ РАН под руководством Н.И. Лапина и Л.А. Беляевой (выборка 1200 человек, 2006 г.) и использованы с разрешения правообладателей [1].

После радикальных реформ структура регионального российского общества продолжала обеспечивать достаточно надежную трансляцию жизненных мотиваций и способов восприятия действительности на региональном уровне, и социокультурные региональные стереотипы остались довольно устойчивыми. Если на юге Тюменской области распределение ответов «рады, что живут здесь» между

жителями села и города примерно одинаковое (33% и 30%), то в ХМАО и ЯНАО видна диспропорция — тех, кто отвечает «Я рад, что живу здесь» на селе на 10% пунктов в ХМАО и на 13% пунктов в ЯНАО больше на селе, чем в городе. По России в среднем диспропорция село-город стала еще заметнее, т.е. тех, кто отвечает «Я рад, что живу здесь», на селе на 20% больше, чем в городе, но уровень положительно окрашенных ответов выше, чем в Тюменском регионе.

Почему это происходит? Более подробный анализ позволяет заключить, что жители конкретных региональных общностей по всем субъектам Тюменской области максимально испытывают чувство солидарности (или чувство общности) именно с теми жителями поселения, в котором они проживают. Технология расчета коэффициента близости $K_{иб}$ была применена ко всем поселениям, в которых проводился опрос. Исследуемые поселения региона можно разделить на те, которые отличают высокий уровень самоидентификации, средний уровень самоидентификации и относительно низкий уровень самоидентификации. При этом в первую группу попадают все три региональных центра и поселения, находящиеся в непосредственной близости от Транссиба на юге области.

Заметна такая закономерность: чем дальше от железнодорожных магистралей расположены поселения, тем ниже в этих поселениях уровень самоидентификации регионального субъекта и тем выше — поселенческого. Например, в поселке Боровский, расположенном в непосредственной близости от областного центра, жители показывают высокий уровень рефлексии по отношению ко всей области, высокий уровень близости с жителями областного центра и всей области и самый высокий в регионе уровень внутриселенческой близости. В третью группу по уровню рефлексии по отношению к региону входят наиболее отдаленные от основных трасс поселения или неблагополучные в социальном отношении поселки. В свою очередь, сельские населенные пункты показывают относительно более высокий уровень поселенческой близости.

В областном центре Тюмени доля тех, кто испытывает положительные чувства по отношению к региону, выше доли тех, кто испытывает отрицательные чувства, на 71% (очень высокий показатель), а еще выше этот показатель в Ханты-Мансийске — 81%. В верхней части рейтинга по уровню самоидентификации первые девять поселений — для них одновременно характерен и самый высокий уровень региональной рефлексии. Среди них выделяются два типа — относительно высокий уровень региональной самоидентификации (Тюмень, Салехард) и поселки Боровский, Московский, Викулово и относительно низкий уровень региональной самоидентификации (Ханты-Мансийск, Ишим). Можно сказать, что жители последних двух городов, высказывая в целом положительные чувства по отношению к своему региону, не ощущают «своими» жителей этого региона. Причины могут быть различными. Например, в Ханты-Мансийске — один из наиболее высоких уровней жизни в Тюменском регионе, а в Ишиме — один из наиболее низких. В поселениях, для которых характерен относительно низкий уровень региональной рефлексии (нижние семь поселений в рейтинге), более низок уровень региональной самоидентификации, тогда как все другие показатели не слишком отличаются от среднего уровня.

Отметим весьма важный в методологическом плане факт: наибольший разброс по поселениям имеет самоидентификация по признаку «свой-чужой» по отношению к областному центру (стандартное отклонение 0,22), а наименьший разброс — самоидентификация по признаку отношения к поселению (стандартное отклонение 0,14). В среднем по региону наиболее высокий уровень имеет показатель поселенческой близости (0,53) и региональной рефлексии (0,54); наиболее низкий — близости с жителями столицы России — Москвы (–0,51), т.е. тех, кто считает жителей Москвы «чужими», на 51% больше, чем тех, кто считает москвичей «своими». Очевидно, что поселения отличаются главным образом по отношению к областной столице и жителям всей области.

Можно предположить, что региональная самоидентификация и региональная рефлексия может стать основанием для возникновения конфликтов. Как известно, на жителях Тюменского региона сильно отразился весьма длительный конфликт между тремя субъектами Федерации, причины которого кроются в российском законодательстве. К сожалению, действующие в последнее время весьма успешные и полезные программы «Сотрудничество», «Урал промышленный — Урал полярный» хотя и снизили напряженность, но не сняли всех оснований для возможных конфликтов. Если рассмотреть уровни рефлексии и самоидентификации регионального субъекта как разность (+) и (–) ответов в общем количестве ответов по данному региону по тесту Хи-квадрат на значимость различий, то он показывает, что в разрезе поселений все различия значимы, максимальны различия в оценке близости населения с жителями Москвы и областного центра и минимальны — внутрипоселенческие. Это означает, что среди рассмотренных показателей территориального поведения социальных субъектов наибольший конфликтный потенциал заложен в отношении к жителям областного центра и Москвы.

ЛИТЕРАТУРА

- [1] *Беляева Л.А., Корепанов Г.С., Куцев Г.Ф., Лапин Н.И.* Тюменский регион в современной социокультурной фазе эволюции России // *Мир России*. — 2008. — № 1.
- [2] *Дробижнева Л.М.* Государственная и этническая идентичность: выбор и подвижность // *Гражданские, этнические и религиозные идентичности в современной России* / Отв. ред. В.С. Магун. — М.: Ин-т социологии РАН, 2006.
- [3] Интервью с Андреем Здравомысловым // *Экономическая социология*. — Т. 9. — № 1. — Январь 2008.
- [4] Процессы идентификации российских граждан в социальном пространстве «своих» и «не-своих» групп и сообществ (1999—2002 гг.). Мастер-класс профессора В.А. Ядова. — М.: Аспект Пресс, 2004.
- [5] Российская идентичность в социологическом измерении // Информационно-аналитический бюллетень Института социологии Российской академии наук / Под общ. ред. М.К. Горшкова. — Вып. 3. — 2008. — М.: Институт социологии РАН, 2008.
- [6] Саморегуляция и прогнозирование социального поведения личности / Под ред. В.А. Ядова. — Л., 1979.
- [7] *Сорокин П.* Система социологии. В 2-х томах. — Т. 2. — М., 1993.
- [8] Социокультурный портрет региона. Типовая программа и методика, методологические проблемы: Материалы конференции «Социокультурная карта России и перспективы развития российских регионов» / Под ред. Н.И. Лапина, Л.А. Беляевой. — М.: ИФРАН, 2006.

- [9] Социологический портрет Тюменского региона. — Тюмень: Тюменская областная Дума, 2007.
- [10] Якушев В. Сердце Тюмени // Тюмень: старт века. — Тюмень: Тюменский дом печати, 2006.
- [11] *Agnew J.* Place and Politics. The Geographical Mediation of State and Society. — Boston, 1987.

REGIONAL IDENTITY IN THE DISCOURSE OF REGIONAL DEVELOPMENT SOCIOLOGY

G.S. Korepanov

Tyumen Regional Duma
Respubliki str., 52, Tyumen, Russia, 625018

The concept of regional identity underlies the new emerging field of science — sociology of regional development. The well-developed regional (local) identity is associated with the specific perception of territory (location area) of the community members which requires their everyday support. The peculiarity of the author's theoretical model manifests itself in the interpretation of regional identity and the associated concepts of rationality, action, values (culture), institutions and social norms identified at the level of the acting subjects and localizable in the definite regional space (regional context). The author's theoretical model is verified by the actual empirical study. The main result of the survey conducted by the author is the verification of the regional identity concept which provides an opportunity to reveal social effects attributed to power holders' identification with value preferences of regional communities and the individuals involved.

Key words: regional identity, identification, results of Tyumen region residents survey, «friend-or-foe».