

УДК 330:303.16

ПРОЯВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ РЕГИОНА НА МИКРОСОЦИАЛЬНОМ УРОВНЕ: РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ

¹Баженов С.В., ²Баженова Е.Ю.

¹АНО «Горизонты науки», Ростов-на-Дону, e-mail: sbazhenov@mail.ru;

²ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», Ростов-на-Дону, e-mail: ebazhenova@mail.ru

В статье представлены результаты проведённого междисциплинарного исследования «Снизу вверх: как экономическая идентичность региона проявляется в социально-экономическом поведении индивидуума», целью которого было обнаружить и зафиксировать базовые проявления экономической идентичности региона в социально-экономическом поведении индивидуумов в различных регионах шести федеральных округов РФ. Приводится методика, описывается технология опроса, а также анализируются полученные результаты. Делаются выводы о межкультурных различиях в моделях экономического поведения исследуемых этнических и культурных групп российских регионов. Показывается взаимосвязь феноменов экономической идентичности и моделей экономического поведения с социокультурными факторами, при этом характер этих взаимосвязей различен у представителей разных групп, а при определении экономической идентичности фактор конфессиональной принадлежности менее значителен фактор, чем этнической принадлежности.

Ключевые слова: экономическая идентичность, регион, региональное развитие, экспертный опрос, междисциплинарный подход, кавказоведение

THE EFFECTS OF ECONOMIC IDENTITY OF THE REGION AT THE MICROSOCIAL LEVEL. THE RESULTS OF EMPIRICAL RESEARCH

¹Bazhenov S.V., ²Bazhenova E.Yu.

¹Science Horizons Foundation, Rostov-on-Don, e-mail: sbazhenov@mail.ru;

²Southern Federal University, Rostov-on-Don, e-mail: ebazhenova@mail.ru

The article presents the results of the interdisciplinary expert survey «Bottom-Up: How the Economic Identity of the Region is Manifested in the Socio-Economic Behavior of the Individual» whose purpose was to detect and record the effects of an economic identity of the region in socio-economic behavior of individuals in various regions of six Federal districts of the Russian Federation. The article presents the methodology, describes the technology of survey and analysis of obtained results. The authors also draw conclusions about cross-cultural differences in models of economic behavior of the studied ethnic and cultural groups in the South-Russian regions. They show the relationship of economic phenomena of identity and models of economic behavior with social and cultural factors. The nature of these linkages varies among the representatives of different groups, and when we define economic identity, then the factor of religious affiliation less important than the factor of ethnicity.

Keywords: economic identity, region, regional development, expert interviews, interdisciplinary approach, caucasiology

В данной статье представлены результаты эмпирических оценок экономической идентичности (ЭИР) в различных регионах РФ, основанных на результатах прошедшего в 2016 году междисциплинарного комплексного исследования «Снизу вверх: как экономическая идентичность региона проявляется в социально-экономическом поведении индивидуума». Данное исследование основывается на экспертном опросе учёных в шести федеральных округах Российской Федерации по направлениям: «Поволжье» (ПФО), «Север России» (СЗФО), «Юг России» (СКФО, ЮФО), «Урал» (УФО) и «Центр России» (ЦФО).

Основной целью данного экспертно-опроса являлась фиксация проявлений экономической идентичности региона в социально-экономическом поведении индивидуумов в регионах России. Объектом экспертного опроса по направлению «Юг России» являлись четыре основные группы:

1. «Славяне/православные» (русские), разделённые на три подгруппы: «северные (северяне)», «центральные», «южные (южане)».

2. «Тюрки/мусульмане» (татары, башкиры и пр.).

3. «Кавказцы/мусульмане» (дагестанцы, чеченцы и др.).

4. «Финно-угры/православные» (мордва, коми и др.).

Предметом являлся характер взаимосвязей феномена экономической идентичности и моделей экономического поведения с социокультурными факторами у представителей этих групп.

Теоретическая основа. Процесс глобализации подвергает многие части мира особому воздействию [13], вследствие которых индивидуумы и локальные сообщества становятся все менее привязаны к конкретной территории. Это, закономерно приводит к конвергенции, ослабляет традиционные культурные границы и образ жизни в ре-

результате «униформизации». Региональная идентичность оказывается под угрозой. Индивидуум начинает чувствовать себя неуверенно, так как его традиционные культурные устои ослабляются.

Ранее было отмечено, что идентичность тесно взаимосвязана с образованием региона, и рост региональной идентичности следует рассматривать в более широком контексте образования области [13]. Существуют два основных подхода к формированию региона: (1) структурно-ориентированный, в котором перспективы роста региона являются логическим результатом более широких тенденций и тотальных изменений, таких как глобализация, реструктуризация и расширение городов и пр. В другом, (2) агент-ориентированном или социально-конструктивистском подходе, регионы рассматриваются как социальные конструкции, определяющие и формирующие себя через различные социальные и дискурсивные практики [14]. Используя конструктивистский подход, формирование региона можно описать как процесс его институционализации [15]. Здесь, институционализация является результатом четырёх одновременных и взаимосвязанных сил: (i) территориальных, (ii) институциональное, (iii) символических и (iv) идентифицирующих.

При этом мы разделяем явления «идентичность региона» и «региональная идентичность». Идентификатор региона относится к тем отличительным физическим, культурным и историческим особенностям, которые делают один регион отличным от другого. Региональная идентичность (или региональное сознание) относится в большей степени к тому, как индивидуум идентифицирует себя с регионом, через институционализированные практики, дискурсы и символы. Пока они существуют одновременно как часть процесса общественного воспроизводства, это различие помогает понять и проанализировать структуру и базовые элементы, скрытые в дискурсах региональной идентичности и регионального сознания [15].

Под экономической идентичностью региона (ЭИР) было предложено понимать *«результат агрегирования взаимно наложенных полей, создаваемых экономической и региональной идентичностями индивидуумов, формирующийся на когнитивном уровне социально-экономической системы региона и проявляющийся в экономическом поведении региональных субъектов и их социальном самочувствии»*.

В качестве *рабочей гипотезы* было принято считать, что *«феномен ЭИР имеет междисциплинарный и многоаспектный*

характер, её формирование осуществляется в двух направлениях: «снизу вверх» от нано- и микросоциального уровня путём агрегирования до уровня региона, и «сверху вниз» от мега- и макросоциального уровня на уровень региона путём определённого позиционирования идентифицируемого региона в различных социально-экономических пространствах» [13]. Ранние исследования феномена экономической идентичности региона [1, 2] показали, что он имеет междисциплинарный и многоаспектный характер, соответственно, требует адекватного познавательного инструментария для его дальнейших исследований, основанного на междисциплинарном научном подходе [10].

Методология опроса. Согласно методологии проведения качественных *социологических исследований* [11], для уточнения подходов к определению понятия «экономическая идентичность региона», её структуры, выявления определённых закономерностей её проявления в экономическом поведении на индивидуальном уровне в регионах России, наиболее адекватным было признано проведение точечного (разового) исследования, способного обеспечить получение информации об ЭИР на момент его изучения. По глубине анализа предмета это было аналитическое исследование, которое выявило причинно-следственные связи, лежащие в основе распространённости, динамики, стабильности/нестабильности ЭИР. По методам сбора эмпирической информации исследование носило форму социологического опроса, который незаменим при сборе ограниченного объёма информации у большого числа людей, а сам опрос был проведён в виде экспертного опроса учёных путём заочного онлайн-анкетирования, когда респондент сам заполнял анкету, в удобный для него момент времени [12]. Сам экспертный опрос, как разновидность социологического опроса на эмпирическом уровне, позволял проверить достоверность и объективность полученной информации на основе мнения специалистов в исследуемой области [6]. Далее был проведён *контент-анализ* полученной первичной информации, с целью уменьшения субъективности качественного анализа и повышения репрезентативности данных и достоверности информации [16]. Для этого использовались программа анализа социологической информации IBM SPSS Statistics V21, а также программа Microsoft Excel 2016 с подпиской на Office 365.

Формально экспертный опрос проводился в рамках четырёх дисциплинарных научных традиций: экономической, социологической, психологической и культурологической. При этом принималось во

внимание, что данные научные традиции обладают в значительной степени несопоставимым теоретическим и методологическим аппаратом, различными представлениями об объекте исследования, поэтому обобщающим методологическим основанием была выбрана системная экономическая теория Г. Клейнера [7].

Методика экспертного опроса. Для сбора первичной социологической информации был использован экспертный опрос [5]. Основные подходы к логистике опроса были заимствованы из проведённого ранее экспертного опроса учёных «Феномен «экономической идентичности региона»: определение понятия, структура, механизмы формирования» [2]. При подборе экспертов применялся метод первоначальной целевой выборки, а также метод «снежного кома» [6]. Также была осуществлена оценка компетентности потенциальных респондентов [4, 8, 9], при этом два эксперта были исключены из числа релевантных респондентов. Всего в исследовании приняли участие 118 учёных из шести федеральных округов РФ.

Проведение опроса. Опрос экспертов проводился в 2016 году в шести федеральных округах Российской Федерации:

1. Южном (Астрахань, Волгоград, Краснодар, Майкоп, Ростов-на-Дону, Симферополь, Сочи).

2. Северо-Кавказском (Владикавказ, Грозный, Махачкала, Нальчик, Ставрополь, Пятигорск, Черкесск).

3. Приволжском (Ижевск, Казань, Нижний Новгород, Оренбург, Пенза, Пермь, Саратов, Самара, Уфа).

4. Центральном (Воронеж, Москва, Ярославль).

5. Северо-Западном (Архангельск, Калининград, Санкт-Петербург).

6. Уральском (Екатеринбург, Тюмень, Челябинск).

Общее число респондентов составило 118 человек (71,8% – мужчины, 28,2% – женщины), такое количество можно считать достаточным для обобщения и анализа экспертных оценок [8]. Все отобранные эксперты имели высшее образование, учёную степень, учёное звание по специальностям «экономика», «психология», «социология», «философия» и «культурология». Средний стаж работы в связанной с темой экспертного опроса сфере составляет 10,4 лет.

Для разработки анкеты были использованы следующие инструменты:

1) авторская методика [2];

2) опросник «Исследование ценностей Шварца» (The Schwartz Value Survey, SVS);

3) методика «Оценка удовлетворённости жизнью»;

4) опросник «Индекс жизненной удовлетворённости» (Life Satisfaction Index A, LSIA);

5) опросник «Шкала сформированности идентичности» (Identity Achieved Scale, IAS);

6) опросник «Объективное измерение статуса эго-идентичности» (Objective Measure of Status Ego-Identity, OMEIS);

7) опросник «Выявление стиля идентичности» (Identity Style Inventory, ISI-3);

8) опросник «Аспекты идентичности» (Aspects of Identity, AIQ-IV);

9) методика «Who Am I?»;

10) методика «Незаконченные предложения» (Ego Identity Incomplete Sentences Blank, EI-ISB) и др.

Также для разработки анкеты были частично использованы разработки российских учёных:

1) опросник «Диагностика структуры и статусов эго-идентичности – СЭИ-тест»;

2) методика, разработанная на основе модификации опросника EI-ISB;

3) опросник, разработанный на основе опросника AIQ-IV;

4) методика «Кто Я?», разработанная на основе модификации методики «Who Am I»;

5) методика «Оценка экономических представлений и установок» и др.

Результаты опроса. Полученные от экспертов первичные данные были обработаны методами качественного контент-анализа, для анализа вторичной информации был применён междисциплинарный теоретический анализ литературы по проблемам исследования, из общенаучных методов был применён логический и сравнительный анализ.

Экспертами было выявлено, что на макроуровне (уровне общества) все указанные различия являются шаблонными представлениями о типичности поведения представителей своей группы или подгруппы. Так, не было отмечено значимых различий между представителями всех групп по показателям *социального капитала*, которые на макроуровне взаимосвязаны с установками на различные виды экономического поведения. При этом именно с социальным капиталом связаны внутригрупповые установки на «продуктивные» паттерны экономического поведения для всех групп.

Было выявлено, что для массового сознания представителей всех групп наиболее характерен экстернальный локус контроля, что является несомненным проявлением российской идентичности. Были выявлены межкультурные различия в *моделях экономического поведения* исследуемых групп. В частности, наиболее значительными ока-

зались различия в групповых парах «славяне» – «тюрки» и «финно-угры» – «кавказцы», а также в подгрупповой паре «славяне/северяне» – «славяне/южане». Мнения экспертов подтвердили рабочую гипотезу, что большинство различий лежит в оценках типичных для групп актуальных моделей экономического поведения. Так, например, в своём типичном экономическом поведении «южане» ориентированы на экономический патернализм и демонстрируют большую, по сравнению с «северянами», эмоциональную вовлеченность в потребление, а равно принятие и готовность к спонтанной расточительности.

Были выявлены межконфессиональные различия в сценариях экономического поведения исследуемых групп. Так фактор конфессиональной принадлежности в России оказался менее значительным по влиянию на экономическое поведение, чем фактор этнической принадлежности. Так на уровне эмоционального предпочтения в групповых парах «мусульмане» – «православные» для представителей первой группы соблюдение закона является более приоритетным, чем получение прибыли.

Были выявлены тесные взаимосвязи между моделями экономического поведения, а также феноменами экономического сознания, такими как установки и экономические представления, и основными социокультурными факторами, такими как базовые ценности, религиозная идентичность. Характер этих взаимосвязей различен у представителей всех выделенных групп и подгрупп.

Было выявлено, что *экономическая идентичность* коррелирует с установками на различные виды экономического поведения, при этом для групп «славяне» и «финно-угры» она связана с внутренними установками на интерес к экономике, а для групп «кавказцы» и «тюрки» она связана с установками на экономический патернализм, экономическую «небрежность» и расточительность, а мотивирующим основанием *нерационального расходования денег* является отсутствие стремления к рациональной экономии. Было выявлено, что для представителей всех подгрупп стремление *приумножения денежных средств* связано в первую очередь с отрицанием базовых устоев общества и взаимопомощи, а также со стремлением к достижению успеха и получению удовольствия от жизни.

Полученные результаты показали, что выбранные для анализа группы и подгруппы имеют различные *ценностные приоритеты*. Экспертами было подтверждено, что на *микроруровне* (уровне индивидуума)

в *индивидуальных ценностях* во всех группах существуют значимые межкультурные и межконфессиональные различия. Так, ценности, которые способствуют сохранению групповой стабильности более значимы для «тюрков» и «кавказцев», а ценности, способствующие индивидуальным целям, – для всей группы «славяне», что объясняется большей традиционностью кавказских и тюрских культур в сравнении с более модернизированными русской и финно-угорской.

При анализе различий в *индивидуальных ценностях* была выявлена определённая взаимосвязь выраженности религиозной идентичности с разными экономическими установками и представлениями у каждой группы, также были подтверждены различия в степени выраженности религиозной идентичности в группах «православные» – «мусульмане».

Выводы

В целом, проведённое междисциплинарное комплексное исследование «*Снизу вверх: как экономическая идентичность региона проявляется в социально-экономическом поведении индивидуума*» позволило уточнить подходы к определению понятия «экономическая идентичность региона», выявить структуру, определённые закономерности её проявления в экономическом поведении на индивидуальном уровне в российских регионах, позволило получить весомое подтверждение важности и актуальности исследования ЭИР на современном этапе, а более подробный анализ результатов может стать основой для дальнейших публикаций.

Статья подготовлена при поддержке Российского гуманитарного научного фонда, грант № 15-02-00441/15 «Экономическая идентичность российских регионов: концептуализация понятия, разработка инструментария измерения и сравнения, включение в систему регионального бренд-менеджмента».

Список литературы

1. Баженов С.В. Методологические подходы к изучению экономической идентичности региона. – 2015. – С. 10–19.
2. Баженов С.В. Подходы к изучению концепта «экономическая идентичность региона» (по результатам экспертного опроса) / С.В. Баженов, Е.Ю. Баженова // Фундаментальные исследования – 2015. – № 11–7. – С. 1387–1390.
3. Баженов С.В. Экономическая идентичность региона: концепция, подходы, оценки / С.В. Баженов, Е.Ю. Баженова, В.М. Белоусов, Н.З. Губнелова, А.О. Дайкер, Н.И. Чернобровкина, С.А. Чернов // Издательство Фонд науки и образования. – 2015.
4. Бешелев С.Д. Экспертные оценки / С.Д. Бешелев, Ф.Г. Гурвич – М.: Наука, 1973. – 79 с.

5. Горшков М.К. Прикладная социология: методология и методы / М.К. Горшков, Ф.Э. Шереги – М.: Институт социологии РАН, 2011. – 372 с.
6. Девятко И.Ф. Методы социологического исследования / И.Ф. Девятко – М.: Книжный дом Университет, 2009. Вып. 5–е, испр. – 296 с.
7. Клейнер Г.Б. Стратегия предприятия / Г.Б. Клейнер – М.: Дело АНХ, 2008. – 568 с.
8. Орлов А.И. Теория экспертных оценок в нашей стране / А.И. Орлов // Научный журнал КубГАУ – 2013. – Т. 93, № 9.
9. Панкова Л.А. Организация экспертиз и анализ экспертной информации / Л.А. Панкова, А.М. Петровский, М.В. Шнейдерман – М.: Наука, 1984. – 120 с.
10. Перспективы развития междисциплинарных социально-экономических и гуманитарных исследований // под ред. Г.Б. Клейнер. – Ростов-на-Дону: Издательство ЮФУ, 2015. – 280 с.
11. Ядов В.А. Стратегия социологического исследования. Описание, объяснение, понимание социальной реальности / В.А. Ядов – М.: Омега-Л, 2007. Вып. 3–е изд. – 567 с.
12. Bhattacharjee A. Social Science Research: principles, methods, and practices / A. Bhattacharjee. – 2012. – 144 p.
13. Clarke S. Culture and Identity / S. Clarke // SAGE Handb. Cult. Anal. – 2008. – P. 510–530.
14. Legendijk A. Beyond the Regional Lifeworld against the Global Systemworld: Towards a Relational-Scalar Perspective on Spatial-Economic Development / A. Legendijk // Geogr. Ann. Ser. B. – 2002. – Т. 84, № 2. – P. 77–92.
15. Paasi A. Regional Planning and the Mobilization of «Regional Identity»: From Bounded Spaces to Relational Complexity / A. Paasi // Reg. Stud. – 2012. – Т. 47, № 8. – P. 1–14.
16. Sociological Research Methods: An Introduction // под ред. М. Bulmer. – MacMillan, 1984.
- oprosa) / S.V. Bazhenov, E.Ju. Bazhenova // Fundamentalnye issledovanija 2015. no. 11–7. pp. 1387–1390.
3. Bazhenov S.V. Jekonomicheskaja identichnost regiona: koncepcija, podhody, ocenki / S.V. Bazhenov, E.Ju. Bazhenova, V.M. Belousov, N.Z. Gubnelova, A.O. Dajker, N.I. Chernobrovkina, S.A. Chernov // Izdatelstvo Fond nauki i obrazovanija. 2015.
4. Beshelev S.D. Jekspertnye ocenki / S.D. Beshelev, F.G. Gurvich M.: Nauka, 1973. 79 p.
5. Gorshkov M.K. Prikladnaja sociologija: metodologija i metody / M.K. Gorshkov, F.Je. Sheregi M.: Institut sociologii RAN, 2011. 372 p.
6. Devjatko I.F. Metody sociologicheskogo issledovanija / I.F. Devjatko M.: Knizhnyj dom Universitet, 2009. Vyp. 5–e, ispr. 296 p.
7. Klejner G.B. Strategija predpriyatija / G.B. Klejner M.: Delo ANH, 2008. 568 p.
8. Orlov A.I. Teorija jekspertnyh ocenok v nashej strane / A.I. Orlov // Nauchnyj zhurnal KubGAU 2013. T. 93, no. 9.
9. Pankova L.A. Organizacija jekspertiz i analiz jekspertnoj informacii / L.A. Pankova, A.M. Petrovskij, M.V. Shnejderman M.: Nauka, 1984. 120 p.
10. Perspektivy razvitija mezhdisciplinarnyh socialno-jekonomicheskikh i gumanitarnyh issledovanij // pod red. G.B. Klejner. Rostov-na-Donu: Izdatelstvovo JuFU, 2015. 280 p.
11. Jadov V.A. Strategija sociologicheskogo issledovanija. Opisanie, objasnenie, ponimanie socialnoj realnosti / V.A. Jadov M.: Omega-L, 2007. Vyp. 3–e izd. 567 p.
12. Bhattacharjee A. Social Science Research: principles, methods, and practices / A. Bhattacharjee. 2012. 144 p.
13. Clarke S. Culture and Identity / S. Clarke // SAGE Handb. Cult. Anal. 2008. pp. 510–530.
14. Legendijk A. Beyond the Regional Lifeworld against the Global Systemworld: Towards a Relational-Scalar Perspective on Spatial-Economic Development / A. Legendijk // Geogr. Ann. Ser. B. 2002. T. 84, no. 2. pp. 77–92.
15. Paasi A. Regional Planning and the Mobilization of «Regional Identity»: From Bounded Spaces to Relational Complexity / A. Paasi // Reg. Stud. 2012. T. 47, no. 8. pp. 1–14.
16. Sociological Research Methods: An Introduction // под ред. М. Bulmer. MacMillan, 1984.

References

1. Bazhenov S.V. Metodologicheskie podhody k izucheniju jekonomicheskoi identichnosti regiona. 2015. pp. 10–19.
2. Bazhenov S.V. Podhody k izucheniju koncepta «jekonomicheskaja identichnost regiona» (po rezultatam jekspertnogo