

Географическая индетерминированность государственно-гражданской идентичности российской молодежи

Передня Д. Г.

Академия управления МВД России, Москва, Российская Федерация; 2975829@mail.ru

РЕФЕРАТ

Статья посвящена изучению государственно-гражданской идентичности в ее пространственном воплощении. Цель исследования сводилась к проверке гипотезы о том, что содержание и уровень государственной идентичности проявляются в представлениях молодежи о географической локации российских городов. То есть проверялось предположение об адекватности восприятия представителями российской молодежи географического пространства страны. Указанная локация выражается в относительно правильном представлении молодых людей о месторасположении всех городов России, за исключением малых. Принятие на себя формирующих воздействий образовательных и воспитательных институтов в социокультурных условиях российского общества, вероятно, должно было социализировать индивидов и выработать у них четкие и относительно полные представления о стране в ее территориальной представленности.

Рассмотрение предмета исследования строилось с учетом теории поколений. Для получения первичных эмпирических данных использовался опросный метод. Носителями информации по проблеме выступили студенты московских вузов. Объем выборки составил 184 респондента. Для проверки гипотезы осуществлялся как количественный, так и качественный анализ эмпирических данных.

Было установлено, что социализация в нынешних социокультурных условиях не приводит к формированию государственно-гражданской идентичности молодежи, в полной мере отражающей реалии территориальной целостности России. Оказалось, что респонденты знают относительно мало городов и не точно, с большими погрешностями соотносят их с территорией Российской Федерации. Их государственно-гражданская идентичность оказалась недостаточно сформированной. Не более 20% участников исследования предложили ответы безошибочных представлений о городах России. Относительно много, более двадцати, городов перечислили порядка 15% участников исследования. Среднее количество, десять — двадцать городов, назвали 35% респондентов. Остальные 50% назвали менее десяти наименований городов. Число городов, численность населения которых выше 100 тыс. чел., равно семидесяти. Следовательно, срединные значения в каждой из групп — двадцать пять, пятнадцать и пять — охватывают 35%, 21% и 7% количества городов, действительно расположенных в указанных частях России.

В статье приводятся причины, анализируются факторы, определяющие нынешнее положение дел. Представлено множество примеров, объясняющих текущую ситуацию, выраженную в характере идентичности молодых россиян. Высказываются соображения о потенциальных негативных последствиях такого состояния идентичности для национальной безопасности и территориальной целостности Российской Федерации.

Ключевые слова: идентичность, молодежь, пространство, миграция, социализация, государственность

Для цитирования: Передня Д. Г. Географическая индетерминированность государственно-гражданской идентичности российской молодежи // Евразийская интеграция: экономика, право, политика. 2021. № 1. С. 112 – 124.

Geographic Indeterminacy of the Russian Youth State and Civic Identity

Dmitriy G. Perednya

Management Academy of the Ministry of the Interior of the Russian, Moscow, Russian Federation;
2975829@mail.ru

ABSTRACT

The article is devoted to the consideration of the nature and characteristics of Russian national identity. The research focus is concentrated on the youth state and civic identity study. State and civic identity was defined through its spatial embodiment. The spatial identity of Russians is largely subject to cognitive processes, and is associated with knowing, or not knowing the names of the cities of the residence country and ideas about their territorial location in the geographical space.

Students of Moscow universities acted as carriers of information on the problem. A survey technique was used. The author assumed that the representatives of Russian youth adequately perceive the geography of the country. In particular, it had to be expressed in a relatively correct idea of the location of large cities in Russia. The hypothesis was based on the knowledge that the citizens of Russia socialized in the socio-cultural conditions of Russian society, took on the formative influence of educational and upbringing institutions, and therefore have a formed Russian identity.

It was found that socialization in the current socio-cultural conditions does not lead to the formation of an adequate state-civil identity of young people. Based on the quantitative and qualitative analysis of empirical data, the article discusses the reasons that determine the current state of affairs. Considerations are expressed about the potential negative consequences of such a state of identity for the national security and territorial integrity of the Russian Federation.

Keywords: identity, youth, space, migration, socialization, statehood

For citing: Perednya D. G. Geographic Indeterminacy of the Russian Youth State and Civic Identity // Eurasian Integration: economic, law, politics. 2021. No. 1. Pp. 112 – 124.

Введение

Для всякого сообщества необходимы поведенческие и культурные образцы, которые будут задействованы в построении идентичности. Такими образцами выступают произведения популярной культуры: литературы, кино, музыки, телевидения, компьютерных игр [3, с. 131]. Характер и особенности российской национальной идентичности до сих пор характеризуются идеологизированными и даже мифологизированными темами, обсуждаемыми интеллектуальным сообществом [8, с. 121]. В нашей статье речь пойдет не столько о национальной, сколько о государственно-гражданской идентичности в пространственном воплощении. Идентичности как таковой посвящено много работ, которые так или иначе рассматривают этот феномен [6; 16; 15; 13; 10]. Продолжаются и дискуссии о содержании понятий, посредством которых раскрывается идентичность [2].

Под идентичностью понимают «ощущение себя как части уникальной группы, отличной от других групп в использовании групповых ценностей» [11, с. 103], и мы не станем отходить от этого значения. Идентичность — своего рода концентрат, посредством которого появляется возможность выразить то, как человек для себя представляет свою принадлежность к общностям: социальным, экономическим, национальным, профессиональным, языковым, политическим, религиозным, расовым. В исследовательском плане часто вызывает интерес то, насколько сильно индивиды отождествляют себя с этими общностями и через какие признаки это проявляется. «Общероссийская идентичность понимается нами как отождествление себя с гражданами страны и государственно-территориальным пространством» [9].

Пространственная же идентичность россиян — это неочевидный феномен, который, на наш взгляд, в значительной степени подвержен когнитивным процессам, приводящим к атрибуции смыслов.

Представители поколений, получивших базовое образование в период до цифровой эпохи, оказались носителями специфического набора знаний, который для них представляется естественным и правильным. Качества и характеристики, которыми наделены представители других поколений или других социокультурных групп, непосредственным образом увидеть невозможно. Восполнение информации происходит посредством домысливания с помощью атрибуции, после чего начинает работать механизм объяснения причин поведения социальных субъектов. Часто такой способ компенсации недостающих знаний искажает реальность, создавая условия для неадекватного взаимодействия с субъектами социальной среды.

Наше исследование позволит лучше понять, как и насколько сформированы общегосударственные представления о России в сознании молодых людей. Решить эту задачу поможет обобщение эмпирических данных о надэтническом синтезе государственно-гражданской идентичности в ее пространственном воплощении. Получить эту информацию можно на основе анализа признаков и индикаторов. Территория России в пространственно-географическом смысле у социальных субъектов представлена неодинаково. От того, как с этим вопросом обстоят дела на самом деле, зависит, например, территориальная устойчивость страны. Речь идет о перспективах распада Российского государства либо, наоборот, о сплочении и укреплении. Приращение такого рода не очевидными знаниями представляется весьма актуальным.

Методика исследования и носители информации по проблеме

В 2010 г. автор в качестве инструктора участвовал во всероссийской переписи населения. В результате появилась возможность ближе познакомиться с индикаторами и методиками, посредством которых описывалась российская социально-демографическая действительность. Тогда же появилась идея связать и оценить уровень идентичности россиян через оценку их представлений о географической локации российских городов. Затем на протяжении последующих лет происходил сбор и обобщение данных, полученных методом опроса. Респондентам, как правило в этой роли выступали студенты преимущественно московских вузов, предлагалось письменно перечислить города России по группам: 1. Северные города европейской части России. 2. Южные. 3. Сибирские. 4. Дальневосточные. Цель такого исследования состояла в получении сведений о представлениях молодежи о расположении крупных населенных пунктов в географическом пространстве нашей страны. При этом применен принцип максимизации географического удаления — условно говоря, Север, Юг, Сибирь и Дальний Восток. Такой охват вбирает полное пространство территориальной целостности Российской Федерации.

Такие части России, как Поволжье, Урал, центральные районы, занимают срединное положение, и задача перечислять города этих регионов не ставилась. Во время опросов соблюдался принцип однообразной постановки задачи и нейтрального восприятия спектра ответов. При опросах говорилось, что для облегчения решения задачи актуализации субъективных представлений респондентов разрешается использовать модель разделения России на федеральные округа (Указ Президента Российской Федерации № 849)¹. При этом города Северо-Кавказского и Крымского округа относились во время обработки данных к южным городам.

Опрошено 184 респондента 18–25-летнего возраста. Было предположение о появлении заметных динамических изменений. Например, между ответами тех, кто участвовал в исследовании в 2011 г., и тех, кто отвечал на вопросы в 2019 г. Такое предположение не подтвердилось, существенных отличий в ответах не наблюдалось. По-видимому, указанный период относился к цифровой эпохе, которая объединяла участников исследования и являлась основным детерминирующим фактором картины мира респондентов. В результате массив накопленных данных анализировался в целом.

¹ О полномочном представителе Президента Российской Федерации в федеральном округе : указ Президента Российской Федерации от 13 мая 2000 г. № 849.

Гипотеза исследования

31 июля 2020 г. Росстат опубликовал сборник «Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям». Из него известно, что в России 171 город с населением более 100 тыс. чел. Из них: 15 городов-миллионников; 23 города с населением от 500 тыс. до 1 млн чел.; 40 городов с населением от 250 тыс. до 500 тыс. чел.; 95 городов с населением от 100 тыс. до 250 тыс. Города представлены по категориям:

- малые города — до 50 тыс. жителей;
- средние города — до 100 тыс. жителей;
- большие города — более 100 тыс. жителей;
- крупные города — более 250 тыс. жителей;
- крупнейшие города — от 500 тыс. до 1 млн жителей;
- города-миллионеры — более 1 млн жителей.

Гипотеза исследования сводилась к следующему: представители российской молодежи адекватно воспринимают географическую локацию страны, выраженную в относительно правильном представлении о месторасположении всех ее городов, за исключением малых. В основу гипотезы было положено знание о том, что молодые люди, будучи гражданами России, прошли первичную социализацию в социокультурных условиях российского общества, приняли на себя формирующее воздействие образовательных и воспитательных институтов, к тому же прошли отбор и относительно успешно проходят обучение в вузах, то есть находятся в процессе получения высшего образования и их российская идентичность имеет одним из выраженных параметров четкие и относительно полные представления по исследуемой проблеме. Ведь нельзя быть россиянином просто так, без реальных, конкретных представлений о стране в территориальном аспекте. К тому же современные цифровые технологии дают широкие возможности в непосредственном режиме формировать и поддерживать представления о пространственной локации населенных пунктов не только в своей стране, но и в мире. Доступность спутниковых карт подтверждает это. Применительно к государственно-гражданской идентичности предположение было такое: чем больше городов знают индивиды и чем они точнее соотносятся с территорией Российской Федерации, тем идентичность выше. И наоборот, чем меньше городов актуализировано в сознании молодежи, тем идентичность ниже. Если не учитывать российские города, которые лежат вне рамок предложенных респондентам вопросов, и поэтому отбросить около 60% городов, то остается примерно семьдесят городов, названия которых потенциально ожидаемы в ответах респондентов. Из них не менее двадцати населенных пунктов наиболее крупные и известные, которые с наибольшей вероятностью могли бы быть указаны в опросных листах.

Результаты исследования

Начнем с того, что приведем размах вариации признака. Числовые границы суммарного значения количества указанных респондентами городов составляют 2 и 31 соответственно. Если учесть только правильно указанные города, то цифры уменьшатся: 1; 25. Не более 20% участников исследования предложили ответы безошибочных представлений о городах России. О том, какие встречались заблуждения и искаженные представления, скажем ниже, а пока приведем распределение участников исследования по степени наполнения ответов.

Относительно много, более двадцати городов, перечислили порядка 15% участников исследования. Среднее количество десять — двадцать городов назвали 35% респондентов. Остальные 50% назвали менее десяти наименований городов. Как известно, число городов, численность населения которых выше 100 тыс. чел. равно семидесяти. Следовательно, срединные значения в каждой из групп — двадцать пять, пятнадцать, пять — охватывают тридцать пять, двадцать один, семь процентов количества городов, действительно расположенных в указанных частях России. Отметим, что в этом случае учитывались все указанные респондентами города. Если подвергнуть ответы строгой проверке и оставить только пра-

вильно названные города, то снижение показателей произойдет в среднем на 5–10%. Это означает, что даже для самых осведомленных молодых людей по меньшей мере 65% российских городов находятся вне их актуальной картины мира. Респонденты не называют города и не указывают расположение городов в пространственном отношении. Причем эта «осведомленная» группа весьма немногочисленна. Из остальных групп подавляющее большинство городов в интервале 85–95% как бы отсутствует в рамках субъективного восприятия респондентов. Сразу же отметим, что наибольшее количество «субъективного географического вакуума» в сознании молодых людей приходится на города Сибири и Дальнего Востока. Примерно у 40% участников исследования в строках опросных листов напротив Сибири и Дальнего Востока ничего не было написано. Представьте, для половины молодых людей — студентов столичных вузов такие города, как Омск, Томск, Тюмень, Тобольск, Новосибирск, Барнаул, Новокузнецк, Кемерово, Междуреченск, Красноярск, Иркутск, как бы не существуют. И это только относительно крупные и известные в промышленном, научном и культурно-историческом смысле города.

Наше исследование не то же, что экзамен по географии. Поэтому, если респондент называл забайкальский город Читу как город, относящийся к Дальнему Востоку, это учитывалось как правильный ответ, так как показывало относительно правильную пространственную ориентацию населенного пункта в сознании давшего ответ. И наоборот, когда участник исследования в пункте города Дальнего Востока привел один-единственный город — Махачкала, это маркировалось как пробелы и искажения в пространственной идентичности индивида.

Следующая ступень анализа касается точности названий и месторасположения городских образований. Исследование показало большой разброс ошибочных представлений молодежи. Один из случаев мы уже указали, рассмотрим другие типичные и характерные, которые представим следующими тремя группами:

- Восприятие в качестве городов других географических объектов. Например, в анализируемом материале встречались такие ответы: Осетия, Камчатка, Афганистан, «Все города, расположенные на реке Лена, — это сибирские города», Урал, Казахстан, Сахалин.
- Восприятие городов сопредельных государств как российских. Чаще всего назывались Харьков, Минск, Ереван.
- Кардинально неправильное территориальное восприятие местоположения городов. Например, Курск указан как сибирский город, Севастополь как город, расположенный на севере, и другие значительные несоответствия.

В качестве обобщающей иллюстрации приведем два примера ответов респондентов. В одном случае молодой человек в графе «Города Сибири» написал «Саратов». Затем зачеркнул, видимо, подумал и снова написал «Саратов». Потом снова зачеркнул и в качестве окончательного ответа написал «Уфа, Екатеринбург, Чита». Второй опросный лист приведем полностью со всеми указанными городами. Респондент в пределах географических границ указал следующие города:

- Север — Норильск, Мумоис (вероятно, это попытка вспомнить город Мурманск), Севастополь, Магадан, Сургут.
- Юг — Волгоград, Ростов, Астрахань, Геленджик, Анапа, Осетия, Ереван.
- Сибирь — Курск.
- Дальний Восток — никаких городов указано не было.

Этот вариант ответа показывает, как пространственная реальность перемеживается с субъективными искажениями и когнитивными пробелами. В другом опросном листе Ростов-на-Дону правильно указан как южный город, но соседний с ним Таганрог приведен в числе северных населенных пунктов.

В прошлом году при накоплении информации по этой теме проведена серия неформализованных интервью с офицерами-пограничниками, которые недавно закончили учебу в ведомственных институтах. Среди эмоциональных рассказов о пространственной локации российских городов выделялись признания в том, что до момента приезда к местам службы у респондентов не было представлений, что конкретно из себя представляет территория России, какие города, где расположены и что из себя представляют по численности и размеру. Это при том, что их профессия — охрана границы, а во время

учебы среди однокурсников были представители разных городов. Кстати говоря, среди наших респондентов 30% студентов — это приезжие из других городов. После получения дополнительной информации от другой категории молодежи возникает желание быть снисходительным к студентам гражданских вузов. По-видимому, пространственно-территориальная идентичность молодых людей нашего времени как граждан России обусловлена интересами из других областей, и города России, вероятно, лежат за пределами этих интересов.

В этой связи стоит добавить, что, после того как участники исследования завершали заполнять опросные листы, им предлагалось в течение минуты перечислить города Соединенных Штатов Америки. С этим заданием респонденты справлялись сопоставимым образом. Количество известных американских городов оказалось немногим меньше, чем российских. Продукция массовой коммуникации американского производства, общий культурный фон с большим влиянием западной культуры привил российской молодежи в целом удовлетворительные знания об американских городах. Кроме общеизвестных городов этой страны, чаще других респондентами назвались такие города, как Бостон, Новый Орлеан, Детройт, Чикаго, Сан-Хосе.

Основные выводы

Первоначальная гипотеза не подтвердилась. Как показало исследование, представители российской молодежи неполно и неадекватно воспринимают географические реалии страны, выраженные в местонахождении городов. Попробуем осмыслить причины того, почему молодые люди, будучи гражданами России, прошли такую социализацию, в результате которой территория России представлена весьма размыто, не полно, фрагментированно. Выходит, что российская идентичность этих индивидов в пространственно-территориальном воплощении в значительной степени абстрактна и не конкретна. Оказывается, в настоящее время можно быть россиянином без реальных представлений о стране, конкретизированных в знаниях о названии населенных пунктов и географическом положении. Выходит, что безграничная сила цифровых технологий нашего времени со всеми их возможностями дает обратный эффект в непосредственной географической подготовке по формированию и поддержанию представлений о пространственном расположении городов России.

Не станем развивать тему качества школьного образования, в результате которой знания молодежи стали хуже, чем у представителей старших поколений. Чаще в подобных случаях подразумевается поколение, которое училось в советский период. Наверное, этот фактор также присутствует, хотя он сводится к обобщенной причине, связанной с цифровизацией современной жизни. Современные смартфоны, как выясняется, подавляют не только социальные навыки, когда непосредственное общение заменяется перепиской, но и когнитивную производительность индивидов. Начиная с 2010 г. практически каждый ученик старшей школы пользуется смартфоном, и он постоянно держит его при себе. В 2016 г. средний возраст, в котором дети получали первый смартфон, составлял десять лет, что на два года младше, чем показатель 2014 г. Американские ученые из Техасского университета в Остине провели исследование, в ходе которого выяснилось, что одно присутствие смартфона рядом с человеком снижает умственные способности владельца. И здесь речь не идет о влиянии электромагнитных волн или подобных феноменов физических явлений. Специалисты обнаружили, что наличие смартфона на столе рядом ухудшает производительность человека в задаче, которая требует сосредоточенности¹.

Для представителей молодежи нашего времени не кажется обязательным что-то помнить, если под рукой доступен интернет-поисковик. Парадокс в том, что уточнить что-то и расширить знания об этом можно лишь в том случае, если у тебя есть изначальные представления об объекте поиска. Другими словами, если кто-либо решит уточнить численность жителей города Карталы, то это он сможет сделать лишь в том случае, когда в принципе у человека присутствуют представления о существовании такого города в Челябинской области, которая, в свою очередь, расположена на Южном Урале.

¹ Медведев Ю. Утечка мозгов. Человек рядом с гаджетом глупеет [Электронный ресурс] // Российская газета. Федеральный выпуск. № 145 (7311). 04.07.2017. URL: <https://rg.ru/2017/07/04/uchenye-vyiasnili-kak-smartfony-vliiaut-na-intellekt.html> (дата обращения: 20.12.2020).

Корреляция между географической осведомленностью молодых людей до рубежа тысячелетий и после проявляется в исчезновении игры в города. Некогда популярная игра сегодня сошла на нет и практически не встречается. В этой игре каждый участник по очереди называет реально существующий город любой страны, название которого начинается на ту букву, которой оканчивается название города предыдущего участника. По-видимому, базовой причиной исчезновения этой инициативной игры стало стремительное оскудение знания названий городов. Как известно, это игра носила неформальный характер, но это не уменьшало силу негативных неформальных санкций в отношении тех, кто не поддерживал участие в игре на относительно приемлемом уровне по критерию продолжительности.

Анализируя результаты нашего исследования, мы понимаем, что часть из городов названы в силу того, что, например, кто-то из родителей родом из этого города и поэтому имелись знания об этом населенном пункте хотя бы на уровне знания воспроизведения. Это помимо того города, из которого сам молодой человек родом. Так, один из респондентов в ходе опроса назвал город Коломну и определил его как южный город России. При этом, как было известно, респондент сам оттуда и родители респондента проживают в этом городе. Фактически упомянутая игра в наше время могла бы сильно походить на сюжет из популярного некогда фильма «Джентльмены удачи». Напомним, что там один из главных героев желал увлечь уголовников игрой в города, но у него ничего не получилось, так как каждый участник вспоминает только один чем-то только ему памятный город, вне зависимости от озвученных правил игры.

— Воркута. — Почему Воркута? — А я там сидел.

Как известно, игра — это форма деятельности в условных ситуациях, направленная на воссоздание и усвоение общественного опыта, фиксированного в социально закрепленных способах осуществления предметных действий [4, с. 30]. Следовательно, обнаруженная в ходе нашего опроса осведомленность молодежи о городах России — есть отражение исчезнувших способов осуществления предметных действий. Рассмотрим, что под этим подразумевается.

Во-первых, существенное сокращение у молодежи установок на внутреннюю миграцию. При этом не важно, потенциальной она будет или же реальной. С начала Второй мировой войны и до окончания тысячелетия процессы принудительного переселения, выселения, затем массовая эвакуация, продвижение войск действующей армии в процессе боевых действий, комсомольские стройки, например БАМа, освоение целинных земель, служба по призыву, обязательное распределение после окончания любых учебных заведений, трудовая миграция в отдаленные, как правило, северные районы, — все это формировало пространственную идентичность населения. Массовая для мужской части населения служба в армии была организована по экстерриториальному принципу [12, с. 121]. В современной России этот принцип в течение некоторого времени был заменен на территориальный. Территориальный принцип прохождения военной службы («служба рядом с домом») — это одна из мер по гуманизации военной службы, по-видимому, как выяснилось, не повысила гуманность и не способствовала выработке дополнительных представлений о территории страны.

Перечисленная нами различного рода массовая активность даже в мирный период не всегда была добровольной. Коллективные мероприятия, связанные с перемещениями по территории советской страны, как правило, стимулировались комсомолом и партийными организациями и находились на попечении официальных органов. Но встречались и сугубо инициативные практики. Формированию пространственной идентичности способствовали, например, туристические поездки внутри страны дикарями.

Даже если человека непосредственно не коснулся процесс естественного «географического познания», все равно внутри собственной самости личность неоднократно моделирует потенциальные ситуации и постоянно готовится к возможным перемещениям в географическом пространстве страны. В пределах субъективной готовности к такому развитию событий каждый индивид старается предельно полно и целостно оформить представления о тех местах и городах, где ему, возможно, придется оказаться. Даже если так получилось, что конкретному индивиду не пришлось покидать собственный населенный пункт, то при тесных личностных социальных контактах человеку доведется услышать многочисленные рассказы о том, как и где участник беседы проходил военную службу, работал, гостил у друзей и тому

подобное. Аналогичным образом поступала информация от тех, кто приехал, например, по распределению в его населенный пункт, и через этих людей человек воспримет многочисленную конкретную информацию о других городах. Это лишь прямые источники знаний о различных территориях и городах. Помимо них были многочисленные косвенные. Например, девушки, переписываясь с парнями, проходящими службу в армии, знакомились с описаниями городов, рядом с которыми была расположена воинская часть. Многие жители Белоруссии и других республик Советского Союза знали о городе Вологда из одноименной песни популярной группы «Песняры». Слова песни, ее широкая известность как раз и отражают те практики, благодаря которым достигалась большая по сравнению с нынешней осведомленность о городах.

Вот слова из этой песни: «...Письма лично сам я на почту ношу. Словно я роман с продолженьем пишу. Знаю, точно знаю, где мой адресат...» Каждый должен был неоднократно собственноручно писать на конверте, открытке, бланке телеграммы названия городов и областей страны, куда предназначалось отправление. Как известно, сообщение, написанное на платформе любого мессенджера, не предполагает указания городов. Фактически участники переписки, например Facebook Messenger, поддерживают контакты с представителями несчетных городов и даже из других стран и континентов, но не задумываются и не знают реалии географической локации тех населенных пунктов, из которых приходят сообщения от других индивидов по WhatsApp, Viber или Skype. Более того, транснациональный и международный формат общения размывает идентичность, связывающую молодых людей в границах одной страны. Раньше абсолютное большинство контактов было внутри страны, а общение с «заграницей» было настолько редким и контрастным, что стало дополнительным средством консолидации представлений о родной стране.

В наше время вся эта сложная интегрирующая страну схема внутренних миграционных процессов исчезла и во многих случаях заменена на более простую. Если ты житель села, то, как правило, в период молодости твоя цель-минимум — переезд в районный центр. Если ты вырос в районном городе, то центром притяжения и направлением миграционных устремлений будет выступать областной, краевой или республиканский центры. Из столиц регионов молодежь старается перебраться в Москву или Санкт-Петербург. Разумеется, возможны варианты и исключения, но это базовая схема. При ней необходимость практического знания о других городах отсутствует или минимальна.

Следует назвать еще один фактор, обуславливающий снижение пространственно-территориальной идентичности на уровне страны. С одной стороны, это уменьшение для многих финансовой возможности перемещаться по стране, а с другой, если такая возможность появляется, предпочтение будет отдано авиаперевозкам. В текущих экономических условиях цены на билеты на пассажирские самолеты или на поезда сопоставимы, а временной выигрыш, как правило, перевешивает в пользу первого варианта. В результате и в 1989-м, и в 2019-м молодые люди могли по каким-либо поводам переместиться из Москвы, например, во Владивосток. Но в первом случае это был бы, скорее всего, переезд с помощью железнодорожного транспорта, а во втором — посредством авиаперевозок. При этом молодые люди при перемещении на поезде физически, пусть и проездом, побывали бы во всех городах по пути следования. На больших станциях выходили на платформы, привокзальные площади. Были практики более длительных остановок в попутных городах с сохранением возможности продолжить путь, используя прежний билет. В пути пассажиры в вагонах общались с попутчиками из других городов, и впечатления от встреч запечатлевали бы в памяти те города, в которых человек мог физически не быть, но через другого конкретного социального субъекта он фиксировал в долговременной памяти, как минимум, название этого города.

Изменения средств массовой коммуникации также внесло свой вклад в текущее положение дел и отразилось на идентичности молодежи. Рассмотрим, к примеру, прогноз погоды. В наше время каждый имеет возможность получать его в какое угодно время в конкретном месте. При желании это осуществляется в непрерывном режиме. Тогда как в доцифровую эпоху о погоде на завтра можно было узнать, например, только в последние минуты программы «Время» и только посредством относительно внимательного созерцания территории страны с нанесенными на ней основными городами, названия

которых последовательно и отчетливо проговаривались ведущими. Даже те, кого погода не интересовала, вынуждены были участвовать в этом ритуале под названием «прогноз погоды», так как художественный фильм, возможно единственный за день, который из-за редкости привлекал многих, транслировался по окончании программы «Время», и, чтобы не пропустить его начало, важно было приступить к просмотру заранее. В результате складывалась следующая ситуация: где бы ни был человек, в каком населенном пункте не проживал, приходилось постоянно освежать представления о географии родной страны в полном объеме, а не локально, как это часто бывает в наше время. Сегодня на некоторых каналах сохранился формат трансляции прогноза погоды, похожий на прежний, но это мало что меняет в представлениях молодых людей. Это происходит потому, что абсолютное большинство из них игнорирует телевизионный контент. Фактически в прежнее время все от личного окружения через институты воспитания и просвещения и проявлений массовой доминирующей культуры прямо или косвенно работало на развитие и укрепление территориально-пространственной идентичности людей. Достаточно вспомнить слова песни «Мой адрес — Советский Союз» группы «Самоцветы», в которой поется: «...Мои номера телефонные разбросаны по городам». То есть прослеживается конкретизация принадлежности к стране через населенные пункты. В то время как сегодня в любом городе номер мобильного телефона остается прежним и никак не ассоциируется с конкретным городом.

Рассмотрим проблему идентичности со страной под другим углом зрения. Для празднования 75-летия Победы СССР в Великой Отечественной войне заблаговременно разработан логотип со стрелками и размещен с начала 2020 г. на официальном сайте празднования юбилея Победы. Логотип вызвал недоумение и шок сразу же, как появился, но не вся общественность так на него отреагировала. Возмущались преимущественно представители старших поколений, которых обескуражили сомнительные стрелки, точнее направление стрелок с Запада на Восток. Нами было проведено несколько интервью с участием молодых людей, которым этот логотип демонстрировался, и было предложено порассуждать о том, как показанный логотип воспринимается участниками интервью. Из более чем двадцати участников интервью в возрасте от шестнадцати до двадцати четырех лет никто не увидел ничего особенного в оформлении плаката. Опрашиваемые отвечали примерно так: «Очередная годовщина Победы, оформили плакаты к празднику с использованием военных карт». Даже после объяснения причин того, почему некоторым гражданам России такое оформление логотипа показалось неправильным, молодые люди или продолжали не замечать проблему, или говорили, что они сами ни за что не обратили бы внимание на такую особенность. Подразумевается расположение относительно друг друга городов Берлин и Москва, направление стрелок в сторону советской территории и, в частности, ее столицы. Движение советских атакующих солдат с Запада на Восток также осталось не замеченным. При этом более молодые люди больше всего недоумевали: мол надо же, на какие «мелочи» вы, более старшее поколение, обращаете внимание. Стрелки на карте красные, бойцы в советской форме, значит, все нормально, а где и что расположено в географическом пространстве, остается за рамками сознания и рефлексии представителей молодежи.

Интересно, что сам логотип, на котором стрелки образуют известный план наступления войск нацистов, менять под давлением общественного мнения не стали. Разработчики говорят, что просто «так видят». Вполне возможно, что художники из студии дизайнера Артемия Лебедева, кто непосредственно предлагал замысел плакатов к празднику, и есть те самые люди до тридцати лет — носители описываемой нами идентичности.

В пространственной ориентации заложены сущностные символы и смыслы для евразийской цивилизации и России как части Евразии. Во многом потенциал национальной консолидации России держится на великодержавной идентичности, важную роль в которой играет пространственный масштаб, который исчезает без объективного содержания. Историческое знание выполняет в обществе важнейшую социальную функцию, являясь одним из факторов, способствующих поддержанию социальной стабильности. То, кем ощущают себя граждане, что твердо знают о своей истории, формирует в сознании образ страны. Это твердое знание уже своей уверенностью заставляет и окружающих считаться с этим.

Представления о территории страны определяют консолидирующую идентичность граждан, увязывают представителей нынешнего поколения с прошлыми героическими событиями. Проиллюстрируем этот тезис на примере таких символических статусных атрибутов, как медали. Для этого рассмотрим медали «За победу над Германией в Великой Отечественной войне 1941–1945 гг.» и «За победу над Японией». На лицевой стороне обеих медалей профильное погрудное изображение И. В. Сталина в форме маршала Советского Союза. При этом в первом случае профиль повернут влево, а во втором — вправо. С учетом наших наблюдений сегодня этому обстоятельству, наверное, приписывается меньшее значение. В то время как для людей относительно недавнего прошлого пространственное расположение недружественных в тот период стран имело серьезное значение, и направление, куда смотрит изображение на лицевой стороне медали, обладало значительным символическим смыслом¹.

Нам представляется, что в связи с большей географической интегрированностью советских людей для них травма от распада СССР была чувствительнее, что для людей советского прошлого на субъективном уровне до сих пор проявляется болезненной симптоматикой. Об этом свидетельствует длящееся уже не первое десятилетие чувство ностальгии по советскому прошлому у значительной части российского сообщества [14, с. 51]. Советский Союз прекратил существование под воздействием многочисленных факторов. Тот фактор, который рассматриваем мы, нельзя считать базовым. Но если даже при том уровне пространственной идентичности граждан распад оказался возможным и произошел, то теперешний уровень пространственно-географической идентичности приведет к еще большей толерантности при возникновении в стране дезинтеграционных процессов. Трудно защищать абстракцию под названием Россия, которая в сознании конкретного индивида не смогла оформиться в виде представлений о значительном количестве городов, расположенных на хорошо представляемой территории, и воплощающей в своей целостности единство страны. Фактически местечковость сознания молодежи нашего времени, пространственная несформированность молодых людей — это условие эрозии общероссийской идентичности. При таком ментальном состоянии молодых людей, которые спустя некоторое время выйдут на руководящие позиции в стране, перестают работать или теряют эффективность любые консолидирующие усилия. «Социальная позиция подразумевает определение “идентичности” в рамках системы социальных связей и взаимоотношений; идентичности как “категории”, к которой относится ряд специфических нормативных санкций» [5, с. 141]. Трудно при таком положении дел объединять сферы символически значимого в сознании граждан. Что значит рассказ о победе под Курском в период Великой Отечественной войны, если я не представляю, где город Курск находится, например, относительно места моего проживания?

Изучая рынок, российские туристические агентства стремятся увеличить долю въездного туризма из стран дальнего зарубежья. В ходе исследований выясняется, что бы хотели увидеть потенциальные туристы при посещении нашей страны? Чаще других три первые позиции занимают следующие предпочтения: Москва, Санкт-Петербург, Сибирь. Попытки выяснить, что именно в Сибири желают увидеть иностранцы, наталкиваются на непреодолимую когнитивную проблему. Сибирь в сознании иностранных граждан представлена монолитно без отчетливой дифференциации. Похоже, что и у современной молодежи, по крайней мере у значительной ее части, Россия представляет собой нечто, трудно дифференцируемое с точки зрения географической представленности населенных пунктов страны.

Наша работа не носит обличительный характер в отношении отдельной категории индивидов. Она лишь преследует цель восполнения информации о представлениях молодежи не на основе домысливания и приписывания смыслов, а с опорой на сведения, полученные опытным путем. Поэтому стоит обратить внимание на другие практики конструирования идентичности молодежью. Например, практика конструирования идентичности в наше время проявляется в виртуальной среде, что раньше было невозможно, а также посредством причисления себя к различным субкультурам. Мы коснемся тех практик, которые связаны с урбанистикой, с городами. Например, так называемые «новые городские туристы»

¹ Сидорчик А. За нашу Победу. История самой массовой награды Великой Отечественной [Электронный ресурс] // Аргументы и факты. 09.05.2014. URL: https://aif.ru/society/history/za_nashu_pobedu_istoriya_samoy_massovoy_nagrady_velikoy_otchestvennoy (дата обращения: 20.12.2020).

или «городские разведчики» в ходе исследовательских практик многое узнают и проникаются порой необычными и важными для единомышленников смыслами. К примеру, переживают по поводу экологии «заброшек», их состояния и негативных изменений. По этой причине резко противопоставляют себя мародерам, гопникам и вандалам, разрушающим «заброшки», которые в их сознании представляют ценность. Для сталкеров важен не материальный, а эмоциональный и культурный аспекты потребления заброшенных пространств. Идентичность «городских разведчиков» находится на стыке городского фланерства, экстремального туризма и локального краеведения с элементами археологии нашего времени. При этом чаще подобного рода занятия основываются на альтруистической позиции в отношении объектов получения новых впечатлений [5, с. 137]. Но подобные практики универсальны и легко переносятся на любые территории в мировом масштабе. При этом не формируется идентичность через знание пространства территории страны, как и не происходит использование этого знания для усиления государственной идентичности.

Заключение

Идентичность нам представляется важным элементом механизма интеграции социальных общностей. Национальная идентичность, государственно-гражданская идентичность индивидов оценивается и осмысливается через критерий пространственной представленности городов страны в сознании ее граждан. Результаты социологического зондирования, воплощенного в нашем исследовании некоторой части современной молодежи, показали, что уровень ее пространственной идентичности относительно низкий. Такое положение дел не случайно и обусловлено множественными условиями и факторами. Следствием такого положения дел, вероятно, выступает также и то, что 31% молодых людей, как показало исследование, не идентифицируют себя со статусом гражданина России [7, с. 75].

Еще раз отметим, что мы в своей работе придерживались принципа нейтральности и избегали оценок, например, уровня патриотизма в молодежной среде. Однако считаем, что обнаруженная географическая индетерминированность государственно-гражданской идентичности российской молодежи, на наш взгляд, представляет собой тревожный фактор и вероятный риск для безопасности России. Страна всегда ассоциируется с определенными формами локальности, и законность использования территории, на которой расположена страна, определяется в том числе идентичностью ее граждан. Стоит согласиться с утверждением, что «задача социализации молодежи, а в последующем — результативного и прогрессивного содействия самореализации, заключается в том, чтобы многообразие по содержанию индивидуальных идентичностей по форме интегрировалось в социальное единство граждан государства» [Там же].

В будущем надлежит дополнительно изучить истоки личностной идентичности в обществе нашего времени. Следует лучше понять, насколько государственно-гражданская идентичность растворена в коллективной идентичности социума. Кто имеет больший приоритет в массовом сознании: индивид или надиндивидуальные образования до общества включительно? Как в наше время кодифицировать представления молодежи о стране через конкретное знание территории и населенных пунктов?

Литература

1. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма / пер. с англ. В. Г. Николаева. М. : Канон-Пресс-Ц. Кучково поле, 2001. 286 с.
2. Белозёров В. К. Понятия «народ» и «нация» в российском и международном политическом и научном дискурсе // Вестник Российской нации. 2019. № 5. С. 118–125.
3. Бердникова О. Е. Микроурбанизм. Город в деталях. М., 2015.
4. Гамезо М. В. Общая психология. Учебно-методическое пособие / под общ. ред. М. В. Гамезо. М. : Ось-89, 2008.

5. Гидденс Э. Устроение общества. Очерк теории структуризации. 2-е изд. М. : Академический проект, 2005.
6. Головашина О. В. Ассоциативный эксперимент для измерения гражданской идентичности // Социологические исследования. 2015. № 7. С. 64–71.
7. Горшков М. К., Шереги Ф. Э. Молодежь России: социологический портрет. М. : ЦСПиМ, 2010.
8. Гудков Л. Негативная идентичность. Статьи 1997–2003 годов. М. : Новое литературное обозрение, «ВЦИОМ-А», 2004.
9. Дробизева Л. М. Общероссийская идентичность и уровень межнационального согласия как отражение вектора консолидационных процессов // Социологические исследования. 2017. № 1. С. 25–36.
10. Дробизева Л. М. Российская идентичность: поиски определения и динамика распространения // Социологические исследования. 2020. № 8. С. 37–50. DOI: 10.31857/S013216250009460-9.
11. Киреева О. П. Социология в вопросах и ответах : учеб. пособие. М. : КНОРУС, 2006.
12. Лузиков В. К. Территориальный и экстерриториальный принципы в формировании Красной армии // Вестник ТГУ. 2010. № 5. С. 121–128.
13. Магранов А. С., Деточенко Л. С. Гражданская идентичность современной студенческой молодежи: особенности и факторы трансформации // Социологические исследования. 2018. № 8. С. 108–116.
14. Петрова М. В. Культурный феномен ностальгии по СССР на российском телевидении // Ярославский педагогический вестник. 2015. № 1. Т. I. (Культурология). С. 51–60.
15. Тишков В. А. [и др.] Идентичность и жизненные стратегии студенчества в России // Социологические исследования. 2017. № 8. С. 81–87.
16. Эфендиев А. Г. [и др.] Идентичность и профессиональная культура ответственной социологии: опыт библиометрического анализа // Социологические исследования. 2016. № 3. С. 45–54.

Об авторе:

Передня Дмитрий Григорьевич, профессор кафедры теории и методологии государственного управления Академии управления МВД России (Москва, Российская Федерация), кандидат социологических наук, доцент; 2975829@mail.ru

References

1. Anderson B. Voobrazhaemye soobshchestva. Razmyshleniya ob istokakh i rasprostraneni natsionalizma / per. s angl. V. G. Nikolaeva. M. : Kanon-Press-Ts. Kuchkovo pole, 2001. 286 s.
2. Belozerov V. K. Ponyatiya «narod» i «natsiya» v rossiiskom i mezhdunarodnom politicheskom i nauchnom diskurse // Vestnik Rossiiskoi natsii. 2019. № 5. S. 118–125.
3. Berdnikova O. E. Mikrourbanizm. Gorod v detalyakh. M., 2015.
4. Gamezo M. V. Obshchaya psikhologiya. Uchebno-metodicheskoe posobie / pod obshch. red. M. V. Gamezo. M. : Os'-89, 2008.
5. Giddens E. Ustroenie obshchestva. Ocherk teorii strukturatsii. 2-e izd. M. : Akademicheskii proekt, 2005.
6. Golovashina O. V. Assotsiativnyi eksperiment dlya izmereniya grazhdanskoi identichnosti // Sotsiologicheskie issledovaniya. 2015. № 7. S. 64–71.
7. Gorshkov M. K., Sheregi F. E. Molodezh' Rossii: sotsiologicheskii portret. M. : TsSPiM, 2010.
8. Gudkov L. Negativnaya identichnost'. Stat'i 1997–2003 godov. M. : Novoe literaturnoe obozrenie, «VTsIOM-A», 2004.
9. Drobizheva L. M. Obshcherossiiskaya identichnost' i uroven' mezhnatsional'nogo soglasiya kak otrazhenie vektora konsolidatsionnykh protsessov // Sotsiologicheskie issledovaniya. 2017. № 1. S. 25–36.
10. Drobizheva L. M. Rossiiskaya identichnost': poiski opredeleniya i dinamika rasprostraneniya // Sotsiologicheskie issledovaniya. 2020. № 8. S. 37–50. DOI: 10.31857/S013216250009460-9.

11. Kireeva O. P. *Sotsiologiya v voprosakh i otvetakh : ucheb. posobie*. M. : KNORUS, 2006.
12. Luzikov V. K. Territorial'nyi i eksterritorial'nyi printsipy v formirovanii Krasnoi armii // *Vestnik TGU*. 2010. № 5. S. 121–128.
13. Magranov A. S., Detochenko L. S. Grazhdanskaya identichnost' sovremennoi studencheskoi molodezhi: osobennosti i faktory transformatsii // *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2018. № 8. S. 108–116.
14. Petrova M. V. Kul'turnyi fenomen nostalgii po SSSR na rossiiskom televidenii // *Yaroslavskii pedagogicheskii vestnik*. 2015. № 1. T. I. (Kul'turologiya). S. 51–60.
15. Tishkov V. A. [i dr.] *Identichnost' i zhiznennye strategii studenchestva v Rossii* // *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2017. № 8. S. 81–87.
16. Efendiev A. G. [i dr.] *Identichnost' i professional'naya kul'tura otchestvennoi sotsiologii: opyt bibliometrichegogo analiza* // *Sotsiologicheskie issledovaniya*. 2016. № 3. S. 45–54.

About the author:

Dmitriy G. Perednya, Professor of Management Academy of the Ministry of the Interior of the Russian Federation (Moscow, Russian Federatoin), PhD in Social Sciences; 2975829@mail.ru