

Черныш Юлия Анатольевна

О ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА ТЕРРИТОРИИ КАК СОЦИАЛЬНОЙ ПРОБЛЕМЕ

В статье рассматривается проблема формирования образов российских территорий, актуальность которой обусловлена экономическими, социально-политическими и иными процессами в современной России. Даются характеристики образа территории, выделяются факторы, влияющие на его формирование, обращается внимание на неоднозначность образов отдельных территорий. Изучается взаимосвязь образа территории с территориальной идентичностью субъектов. Делается вывод, что образ территории как фактор формирования территориальной идентичности влияет на ряд социальных процессов.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/1/2016/5/28.html

Статья опубликована в авторской редакции и отражает точку зрения автора(ов) по рассматриваемому вопросу.

Источник

Альманах современной науки и образования

Тамбов: Грамота, 2016. № 5 (107). С. 94-96. ISSN 1993-5552.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/1.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/1/2016/5/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: almanac@gramota.net

УДК 316.4.05

Социологические науки

В статье рассматривается проблема формирования образов российских территорий, актуальность которой обусловлена экономическими, социально-политическими и иными процессами в современной России. Даются характеристики образа территории, выделяются факторы, влияющие на его формирование, обращается внимание на неоднозначность образов отдельных территорий. Изучается взаимосвязь образа территории с территориальной идентичностью субъектов. Делается вывод, что образ территории как фактор формирования территориальной идентичности влияет на ряд социальных процессов.

Ключевые слова и фразы: образ территории; имидж территории; территориальная индивидуальность; территориальная идентичность; территориальная общность.

Черныш Юлия Анатольевна, к. соц. н.

*Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики
ulia177@yandex.ru*

О ФОРМИРОВАНИИ ОБРАЗА ТЕРРИТОРИИ КАК СОЦИАЛЬНОЙ ПРОБЛЕМЕ

Внимание к проблемам формирования образа отдельных территорий обусловлено, прежде всего, современными социально-политическими процессами: усилением центробежных тенденций, растущей сложностью мира, появлением значительного числа различных по своей природе региональных образований, что приводит к падению эффективности традиционных методов социального управления. Одновременно, по мере усложнения сети коммуникационных связей, избыточной информационной нагрузки и необходимости быстрого принятия тех или иных решений, люди всё чаще пользуются стереотипными компактными образами, которые становятся весомыми социально-психологическими регуляторами их предпочтений и последующей деятельности. Различные населенные пункты, области и регионы не становятся исключениями в процессе использования своего образа как инструмента регулирования отношения к себе. В современных условиях внимание к образу территории связано как с политико-экономическими задачами (необходимостью привлечения новых ресурсов, расширением сферы своего политического влияния, повышением туристической привлекательности и т.д.), так и с узкосоциологической проблемой изучения территориальной идентичности населения, играющей большую роль в миграционных процессах.

Образ того или иного региона базируется, прежде всего, на территориальной индивидуальности [1, с. 73]. Территориальная индивидуальность включает в себя, в первую очередь, официальные характеристики территории (страны, региона, города), позволяющие опознавать ее и выделять определенную специфику. К ним относят всю систему визуальных, вербальных и иных признаков, таких как место на карте, государственная принадлежность, название, герб, флаг, гимн, «знаковые» фото в СМИ и туристических буклетах и т.д. Территориальная индивидуальность включает в себя также характеристику совокупности особенностей и ресурсов территории. К ним относятся природно-климатические особенности и сырьевые ресурсы, исторические аспекты данной территориальной общности, её демографические особенности, культурное наследие. Большую роль играет человеческий фактор в рамках персонификации знаменитых земляков: от исторических деятелей и современных медиа-фигур до литературных персонажей и киногероев, имеющих четкую территориальную идентичность. Немалый вклад в особенности образа территории вносят ее социально-экономические ресурсы: уровень развития и отраслевая дифференциация экономики, производственная инфраструктура, характеристики трудовых ресурсов, уровень занятости, уровень и качество жизни населения.

Совокупность особенностей и ресурсов территории формируется объективно, независимо от каждого отдельно взятого человека. В связи с этим нужно отличать понятие «образ территории» от схожего по смыслу термина «имидж территории». В рамках этих различий под образом территории мы будем понимать стилистически формируемое в сознании общественности и воссоздаваемое реципиентами представление о данном территориальном субъекте, в то время как имидж – это специально формируемый с помощью социальных технологий образ [3, с. 119].

Можно сказать, что образ территории – это набор убеждений и ощущений, которые возникают у людей по поводу природно-климатических, исторических, этнографических, социально-экономических, политических и других особенностей данной территории. Субъективное представление о регионе может сформироваться в результате непосредственного личного опыта (проживания, краткосрочного путешествия) или опосредованно, со слов очевидцев, из литературы, кинематографа, материалов СМИ и т.д.

Образ территории – весьма трудноопределимое понятие, прежде всего потому, что речь идет о комплексе качеств и свойств, которые чаще всего невозможно представить как зрительный образ. Теоретически, представлений об образе конкретного города или региона может быть продемонстрировано столько, сколько индивидов будет опрошено. Социально-психологические особенности каждой личности обуславливают специфику восприятия ею той или иной территории, а кроме того, за счет разницы личного опыта, каждый человек имеет о регионе в чем-то несхожую информацию. Как следствие, и образ одной и той же территории в сознании разных людей формируется различный. Иными словами, образ территории возникает лишь в сознании людей, и оценить его можно лишь по отношению, которое будет проявляться. Чаще всего это – комплекс ассоциативных представлений, соотносимый индивидом с данным регионом.

В значительной степени образ региона формируют средства массовой информации. В современном информационном обществе, где образы объектов зачастую важнее или реальнее самих объектов, картина мира в сознании реципиента формируется на основании их данных. Территориальные субъекты, никак не представленные в СМИ, не попадают в поле зрения потребителя информации и, соответственно, не включаются в его картину социальной реальности. Исследования показывают, что в представлениях значительной части россиян даже такие крупные регионы как Омск и Омская область выглядят как «что-то совершенно серое; что-то далекое, холодное, зимнее» [1, с. 77].

Нужно отметить, что роль средств массовой информации значительно возрастает в случае целенаправленного построения или коррекции образа в условиях социального или политического заказа. Это становится большой социальной проблемой, поскольку искусственно созданный образ, т.е. имидж территории, может не отражать основополагающих социокультурных и экономических характеристик, особенностей жизни населения и т.д. В случае искусственного формирования образа субъекта на первый план может выдвигаться только какая-либо одна, иногда даже вымышленная особенность города или региона, что ведет к искажению образа в целом. Например, нельзя не заметить, что на образ территории и процессы его формирования влияют политические интересы местной власти, а одним из ресурсов региональной политики становится использование исторического прошлого своей территории, в некоторых случаях – мифологизированного. Именно местные элиты заинтересованы в увеличении символического капитала региона, формировании его положительного образа, в том числе с исторической точки зрения. От того, насколько более древним по происхождению и значимым в контексте истории России предстает тот или иной территориальный субъект, зависит объем его федерального финансирования, в частности, средства, выделяемые на юбилейные торжества. Масштаб празднования, в свою очередь, обеспечивает прирост символического капитала региона и региональной элиты.

В зависимости от качественных характеристик, образ территории в целом может быть представлен как в положительном, так и в отрицательном аспектах. При этом очевидно, что не может быть абсолютно негативного или безусловно позитивного представления о некоей территории, речь всегда идет о преобладании положительных или отрицательных качеств. Негативный образ региона формируется вследствие доминирования аномальных природно-климатических явлений (сильные морозы, цунами, землетрясения), неблагоприятных политических, социально-экономических и иных явлений, представляющих какую-либо угрозу для человека, его жизни или деятельности (военные действия, преступность, наркомафия, бедность). Очевидно, что территориям с отрицательным образом требуется не только активное продвижение привлекательных аспектов, но и, по возможности, снижение актуальности негативных характеристик.

Достаточно часто территория может иметь смешанный имидж, сочетая положительные и отрицательные аспекты своего устойчивого образа. Например, Индия с точки зрения туристической привлекательности обладает выдающимся культурным наследием, насчитывающим несколько тысяч лет, но, с другой стороны, многими воспринимается как страна ужасающей бедности и нищеты. В рамках российских территорий такой образ имеет Дальний Восток – регион, невероятно привлекательный с точки зрения природных ландшафтов, но считающийся малоприспособленным для постоянного проживания в силу его территориальной удаленности от центра и связанных с этим социально-экономических проблем [2, с. 17].

В ряде случаев образ территории может быть противоречивым. Это предполагает, что одни и те же характеристики региона, свидетельствующие о существенных возможностях, в то же время предполагают и негативные последствия. Например, промышленно развитые регионы предоставляют большие возможности для жизни или деловой карьеры, одновременно вызывая отрицательные ассоциации в связи с перенаселенностью, плохой экологией, высоким уровнем преступности и т.д.

Большинство российских территориальных субъектов имеют слабовыраженный образ. Это проявляется в том, что потенциальные члены территориальной общности (например, в рамках вербовки рабочей силы) почти ничего не знают о возможностях, предоставляемых им той или иной территорией. Не только иностранцы, но и жители России плохо представляют себе отличия одного российского города или региона от другого. Например, классической ошибкой восприятия образов можно считать постоянную путаницу двух волжских городов – Самары и Саратова – или двух уральских мегаполисов – Екатеринбурга и Челябинска.

Для формирования устойчиво положительного образа территории у разных социальных групп недостаточно той минимальной информации, которую можно почерпнуть из СМИ. Такая информация обеспечивает лишь узнавание региона и дает очень приблизительное представление о его социальных, культурных и иных особенностях. Узнаваемость как констатация известных фактов может иметь различные оттенки, от нейтрально-положительных до крайне негативных. Этого недостаточно для повышения привлекательности данной территории для потенциальных переселенцев или туристического бизнеса. Поэтому обеспечение узнаваемости можно считать лишь началом на пути формирования устойчивого образа города или региона.

Вопросы, связанные с формированием образов территорий, напрямую затрагивают иную социальную проблему – проблему территориальной идентичности и связанные с ней проблемы развития регионов. Под территориальной идентичностью понимают «...переживаемые и/или осознаваемые смыслы системы территориальных общностей (“субъективной социально-географической реальности”), формирующие “практическое чувство” и/или сознание территориальной принадлежности индивида» [4, с. 94]. Так понимаемая территориальная идентичность невозможна без интериоризации образов различных территорий, поскольку для констатации своей принадлежности к той или иной территории «необходимо ее для себя “определить”, и одновременно – отделить от остальных общностей» [Там же]. Иными словами, важной социальной задачей

является формирование образов территорий в контексте их социальных различий, с тем, чтобы у каждого индивида (а возможно, и у территориальных общностей) складывалась устойчивая система мировоззренческих ориентиров в социально-территориальном пространстве.

Именно наличие такой системы позволяет говорить о том, что образ территории из стихийно конструируемого понятия превращается в объективно существующее социальное явление, имеющее ряд социальных последствий. К ним можно отнести уже упоминавшиеся процессы формирования социальной идентичности членов территориальной общности, влияющей на многие социальные процессы. По данным Ю. Маркиной, отсутствие устойчивой идентификации с территорией повышает уровень миграционной готовности населения, т.е. желание сменить место жительства, даже при достаточно устойчивом экономическом положении. При ухудшении же уровня жизни в условиях отсутствия территориальной идентификации миграционная готовность переходит в массовую миграцию [2].

Таким образом, на современном этапе формирование образа территории является важной социальной задачей.

Список литературы

1. **Важенина И. С., Важенин Г. С.** Имидж как конкурентный ресурс региона // Региональная экономика и социология. 2006. № 4.
2. **Маркина Ю. М.** Имидж региона и региональная идентификация населения Дальнего Востока России: автореф. дисс. ... к. соц. н. Хабаровск, 2010. 23 с.
3. **Таранова Ю. В.** Формирование имиджа региона в условиях глобализирующегося сетевого сообщества // Журнал социологии и социальной антропологии. 2012. № 5.
4. **Шматко Н. А., Качанов Ю. Л.** Территориальная идентичность как предмет социологического исследования // Социс. 1998. № 4.

ON THE FORMATION OF THE TERRITORY IMAGE AS A SOCIAL PROBLEM

Chernysh Yuliya Anatol'evna, Ph. D. in Sociology
Volga Region State University of Telecommunications and Informatics
ulia177@yandex.ru

The article considers the problem of the formation of Russian territories images, the relevance of which is determined by economic, socio-political and other processes in modern Russia. The author gives the characteristics of the image of the territory, singles out the factors affecting its formation, draws attention to the ambiguity of the images of individual territories. The paper also studies the relationship of the territory image and the territorial identity of subjects. It is concluded that the image of the territory as a factor of territorial identity formation influences a number of social processes.

Key words and phrases: image of territory; public image of territory; territorial individuality; territorial identity; territorial community.

УДК 1(091)

Философские науки

В статье рассмотрено развитие религиозного образования в контексте современной науки, кратко проанализировано изучение религии в рамках Русской Православной Церкви. Одна из основных проблем в отношениях теологии и религиоведения может быть обозначена термином «православное религиоведение». В последнее десятилетие были осмыслены современные теоретико-методологические проблемы этой науки и проведено сопоставление светских и религиозных подходов к познанию религии. На основе проведенного исследования автор показывает научную ориентацию РПЦ и достигнутые результаты в изучении религии, обращает внимание на научный обмен между светскими и конфессиональными учеными.

Ключевые слова и фразы: дискуссия о соотношении религиоведения и теологии; Русская Православная Церковь; религиоведческое и религиозное образование; межконфессиональный диалог; социокультурная ситуация.

Чжан Си

Санкт-Петербургский государственный университет
zhxzhangxi@hotmail.com

ОСОБЕННОСТИ РОССИЙСКОГО РЕЛИГИОВЕДЕНИЯ В XXI ВЕКЕ

Современное религиоведение, исследующее религию по методологическим принципам и теоретическим парадигмам различных гуманитарных наук, представляет собой самостоятельный комплексный междисциплинарный проект. Своеобразие российского религиоведения проявляется в том, что оно сформировалось в последней трети XIX – начале XX века в стране, где православие как религия продолжает господствовать в духовной жизни. В настоящее время в РФ произошло изменение религиозной ситуации: по данным