

**E.V. Shirmanov
Symbolic System of State
and Regional Identity
of Mordovia
and Ulyanovsk Region
Inhabitants
(Based on Focus Groups Records)**

Two federation subjects abutting each other, i.e. Mordovia and Ulyanovsk Region – the regions with greater number of inhabitants of different ethnic origin (Russians and Mordvians) – are studied. The authors conclude that the national level of identity prevails among other types of territorial identity and the intensity and form of regional identity vary depending on study areas.

Key words and word-combinations: national identity, ethnic identity, symbol, symbolic politics, region.

Исследуются субъекты Федерации, граничащие друг с другом: Мордовия и Ульяновская область – регионы с большой численностью жителей с разной национальной принадлежностью (русские и мордва). Делается вывод, что общенациональный уровень идентичности превалирует среди других видов территориальной идентичности, а интенсивность и конфигурация региональной идентичности различна по исследуемым территориям.

Ключевые слова и словосочетания: общенациональная идентичность, этническая идентичность, символ, символическая политика, регион.

УДК 316.334.52
ББК 60.59

Е.В. Ширманов

**СИМВОЛЬНАЯ СИСТЕМА
ГОСУДАРСТВЕННО-
ГРАЖДАНСКОЙ
И РЕГИОНАЛЬНОЙ
ИДЕНТИЧНОСТИ
ЖИТЕЛЕЙ МОРДОВИИ
И УЛЬЯНОВСКОЙ ОБЛАСТИ
(по материалам фокус-групп)**

Символьная система – важная составляющая идентичности как общественного конструкта. Можно согласиться с М.В. Демидовой, которая отмечает, что «специфика современных социальных отношений – эпистемологическая, так как напрямую связана с социальным познанием, в котором определяющее значение имеет символический капитал как стратегия накопления кредита доверия в процессе социального взаимодействия и показатель включенности индивида в социум» [1, с. 92]. Декодирование ее элементов с помощью самого человека – своего рода возможность понять его смысловое значение, проанализировать ценностные ориентации, а также отследить реакцию на целенаправленные мероприятия по формированию того или иного уровня территориальной идентичности.

С этой целью коллективом ученых разработана и реализована программа прикладного исследования, в основу которого был положен метод фокус-групп. Группы набирались в двух регионах Поволжья: Республике Мордовия и Ульяновской области. Для детализации проблематики выбраны эти объекты, потому что они, с одной стороны, представляют собой тип небольших региональных пространств со сходной социальной, политической и культурной средой, а с другой – демонстрируют общие тенденции в форми-

ровании и развитии политической идентичности. Вместе с тем Мордовия является одной из национальных республик. Ее жители обладают разными этническими и конфессиональными идентичностями, объединяя на своей территории русских, мордву, татар, украинцев, армян. Ульяновская же область – по преимуществу этнически русская. Здесь этнический уровень, вероятно, интегрируется с общероссийским, но должна акцентироваться смысловая система региональной идентичности. Таким образом, задача исследователей – не просто расшифровать значение символов для респондентов, но и соотнести результаты по этим двум регионам.

Элементами символической системы для фокус-групп выступили различные символы государственной и гражданской сфер: от государственной атрибутики и карты страны до региональных памятников, брендов и логотипов местных производств. Все они были разбиты на блоки и демонстрировались поочередно. Перейдем к анализу полученных результатов.

1. Блок «Символы России». Наиболее часто упоминаемые символы-ассоциации «российскости» выстроились в смысловые цепочки. Набор достаточно стандартный, однако интересна сама последовательность воспроизведения ассоциаций.

В Мордовии: 1) символы властно- и персоно-идентичности (В.В. Путин, Кремль (как место локализации власти); 2) государственные символы (флаг, герб); 3) символы-клише (медведь, балалайка, водка); 4) характеристики территории (большая, холод, морозы). Для ульяновцев порядок таков: 1) символы-клише (медведи, чебурашка); 2) символы властно- и персоно-идентичности (Владимир Владимирович Путин).

Обсуждение перечня ассоциативных символов показало некоторые существенные тенденции в воззрении на самих себя и образ государства. Проводя аналогии с медведем как традиционным символом, респонденты отмечали как «добродушие», так и «ярость». Так, респондент из Ульяновска перечислил следующие черты: «...силу, напористость, направленность на победу, агрессивность по отношению к тем странам, которые против нас». Были названы также «мощь» и «единство», после чего из плоскости отождествления с Россией ассоциации перешли в политизированную плоскость: образ воспринимается и как логотип политической партии «Единая Россия», при этом приобретает специфичный оттенок восприятия.

Обсуждение официальной символики (герб, флаг и карта) выкристаллизовалось в дискурс о цивилизационной роли страны, в размышления о ее истории и территориальных модификациях. Высказывание одного из молодых респондентов фокус-группы, проведенной в Ульяновской области, явно демонстрирует определенный психологический конструкт, связанный с государственными границами: «...если бы это были контуры СССР, то было бы значительно лучше! Побольше и пообъемнее!». Высказывались мнения, что современные границы России не являются застывшими: «...это еще не предел!».

Интерес исследователей вызвали похожие комментарии участников из Мордовии, связанные с недостатками качества карты – отсутствием на ней государств-соседей: «...у нас нет окружения, вы это имеете в виду?», «...это зна-

чит, что мы в изоляции и нам никто руки не подаст?». Ответ прозвучал в самой же группе и был одобрен практически всеми участниками: «...а мы всегда так жили, и нас это никогда не смущало», явно указывающий на наличие (или включение) адаптивного механизма к сложившейся ситуации – через «возвращение» к самобытности и самоорганизации.

В продолжение поднятому вопросу завязалась дискуссия о соотношении «имперских» и «советских» элементов в официальной символике, которая перешла в плоскость оценивания наследия двух эпох. Прослеживалось отчуждение обеих символьных систем, но, скорее, как форма запроса на индивидуализацию «новой России»: «...нужно убрать какие-то имперские символы, Россия ведь демократическое государство», «...к советским символам по-разному отношение складывается, я вижу в них негатив» и т.п.

Специфическое переживание «советскости» заметно в ответах респондентов из Ульяновска. По выражению самих участников, этот феномен характерен для их региона и может быть назван «прилипание к авторитету». Именно так они охарактеризовали сохранение в имидже региона образа В.И. Ленина, а также двусоставное название города Ульяновск / Симбирск. Отношение к самому Ленину достаточно разнообразное. Одни считают его символом патриотизма и народности, другим его история позволяет идентифицировать свою территорию за ее пределами: «...когда я нахожусь в других городах и представляюсь, то говорю, что я с родины Ленина. Ну а как еще объяснить, где я живу?!». Или такой вариант: «...ну это такая фишка, которая отличает Ульяновск. То есть там природные богатства и прочее может и есть у нескольких регионов, но Ленин-то ассоциируется только с нами. Он же родился в одном месте, в двух местах же не мог родиться».

Другая часть участников присоединилась к идее, что все советское, в том числе использование фигуры Ленина, не позволяет Ульяновской области развиваться как современному региону: «...как и всё в Ульяновске, тут всё абсолютно серое! Это беспокойство и смятение вызывает!» и «...никак не отойдем от этой серости, навязчивости и тяжести!».

Несколько другое прочтение обнаруживается по отношению к историческому названию города. Практически все респонденты согласились с тем, что «Симбирск» звучит значительно интереснее, чем «Ульяновск»: «...Симбирск – значит сила! И даже, мне так кажется, название такое мощное! Для России как раз!». Однако вопрос о переименовании вызвал обратную реакцию. Очевидно, что жители Ульяновской области не готовы финансово расплачиваться за использование на официальном уровне такого символа своей идентичности. Назывались преимущественные статьи расходов, среди них, например, строительство дорог. Это в очередной раз позволяет говорить о корреляции социального самочувствия граждан и интенсивности региональной идентичности.

2. Блок «Символы Республики Мордовия / Ульяновской области».

Не столь консервативные настроения сопровождали демонстрацию региональных символов – «уникального “набора” проявлений региональной идентичности в содержательном выражении и дискурсивных практик, конституирующих региональную самость» [2, с. 18].

Участники с видимым трудом узнавали некоторую символику, часть из которой они интерпретировали, опираясь не на реальные знания о ней, а на общую информацию о регионе и свои собственные ощущения. Например, на гербе Ульяновской области центральные фигуры композиции – львы (олицетворяют всю совокупность достоинств и добродетелей) считывались как *«мощные соседи, которые нас поддерживают»*, а символизирующая географическую принадлежность к великой русской реке Волге чайка – это, по мнению участников, символ *«мира и добра»*.

В Мордовии процесс распознавания национальных символов прошел значительно быстрее и с меньшим количеством вольных интерпретаций.

Интересен факт, что официальная символика в обоих регионах фиксируется в сознании и связывается с гражданственностью и патриотизмом на мероприятиях, посвященных празднованию Дню Победы. Так ответило большинство из присутствующих на фокус-группе участников.

Набор символов советского периода различен для исследуемых регионов. Легко считывался герб Саранска этого периода: *«...мы тогда были столицей света»*. Хотя стоит отметить, что раньше видели его не более трети присутствующих. Для Ульяновской области советское время однозначно ассоциируется с фигурой В.И. Ленина. Возможно, это связано еще и с тем, что официальная региональная символика в это время просто отсутствовала.

При детализации современной символики самими респондентами назывались наиболее узнаваемые и популярные знаки и образы, которые специфичны именно для их местности. Для Ульяновска таковыми являются авиастроительство, река Волга, автопромышленность, сказочные персонажи и прочее. По словам одного из участников, *«самолеты – это самая большая гордость в Ульяновске»*. Региональные проекты «Взлетная полоса» и «К взлету готов» являются как символическим обращением к жителям, мотивирующим их на личностный и областной рост, так и основой для имиджестроительства. Как и автомобильная промышленность (УАЗ) эта отрасль является своеобразной «маркой качества» для ульяновцев. Используется в конструировании региональной идентичности и образ Волги. На вопрос об ассоциациях с рекой были названы: «выгодное положение», «уникальность и историческое значение», «пропитание и плодородная земля».

Иначе воспринимаются элементы, которые позиционируются региональной элитой как части образа области, например креативные технологии (проект «Ульяновск – культурная столица»), зонтичные бренды области: Колобок или буква «ё» и другие. Высказывания по этому поводу были следующими: *«...это точно не про Ульяновск»*, *«...абсолютно такой же город, как и все»*, *«...необдуманный и бессмысленный этот памятник букве Ё»*, *«...присвоили авторство Колобка, но не понятно зачем и как это показывает наш регион»*. Принципиальное отношение к региональным брендам выразила одна из участниц фокус-группы, сказав: *«...тогда уж лучше еще один памятник Ленину, чем такой ерундой заниматься»*.

Отношение к своему колориту в Республике Мордовия складывается из внешнего и внутреннего измерения. Если вопросы касались оценки этнических сим-

волов и логотипов, содержащих их составные элементы, то ответы начинали носить характер неодобрительности излишнего размаха их демонстрации: «...ну очень сильно бросается в глаза», «...слишком какое-то аляпистое». Но если те же самые вопросы задавались в плоскости представления региона на общероссийском и международном уровне, то это «национальное» виделось «уникальным».

Для жителей обоих регионов наиболее знакомой цифровой символикой являются их автомобильные коды (13 – Республика Мордовия, 73 – Ульяновская область). Такой символ работает и наполняется смыслом только вне регионального пространства. Это своего рода тег, который позволяет определять себя и обладателя такого же цифрового значения по принципу землячества: «...а я когда нахожусь в других регионах и вижу машины 73-го региона, то у меня появляется настроение, эмоции». За этот счет нивелируется негативный образ числа «13» в Мордовии, воспринимается как «...число как число» или как «...мое личное счастливое число».

Сувенирная продукция является ключевым элементом самопрезентации региона. Она не просто отражает главные достижения территории, но и является внешнесредовым маркером и, по сути, конкурирует за уникальность с другими региональными брендами.

По мнению респондентов, презентационный сувенир из Мордовии – это мордовский («этнический») сувенир или набор продовольственных продуктов, который в принципе можно рассматривать как региональный (по виду хозяйства в регионе). Наиболее удачными сувенирами из Мордовии участники посчитали мордовский бальзам, местные конфеты и сгущенку, сырокопченые изделия. Вместе с тем, кроме продовольственных, назывались подарки, отражающие этнический колорит: паспорт мордвина, футболка с надписями на мордовском языке, мордовские куклы и шкатулки.

Жители Ульяновской области выделили из всего спектра возможных сувениров элементы, которые непосредственно связаны с главными экономическими отраслями региона: упаковка минеральной воды Ундоровского завода «Волжанка», брелок для ключей с самолетиком (презентация конструкторского бюро «Туполев»), запчасти от машин УАЗ и прочее. Следующий по популярности блок сувенирной продукции основывается на образе Ульяновска как родины В.И. Ленина. Презентующими регион названы кружки с цитатой: «Учиться, учиться и еще раз учиться», биография революционера, значки «Октябренок» и «Пионер» и т.д.

Наблюдателям удалось уловить элементы персоно-идентичности на уровне региона, сформированной вокруг фигуры экс-главы республики Н.И. Меркушкина. Меркушкина отождествляли с самым ярким представителем национальности современности, приписывая ему возрождение региона и его административного центра [3, с. 33].

Для ульяновцев губернатор подобным образом не интегрируется в систему региональных символов и образов. Представленные оценки звучали достаточно скупко: «...он человек как человек», «...да и в России он фигура такая малозначимая, даже в «Comedy Club» ни разу не приглашали», «...что про него сказать? Русский, светлые глаза и волосы, стройный».

Для исследуемых регионов широко известные символы мероприятий регионального и общероссийского уровня достаточно ограничены. Для обеих территорий это в первую очередь спортивные мероприятия. Как в Саранске, так и в Ульяновске сопутствующие мероприятиям бренды и логотипы оказались мало понятными и недостаточно самопрезентационными.

3. Блок «Поволжье». Символьно-смысловая система Поволжья оказалась малознакома участникам фокус-группы. Из представленных логотипов (Молодежный форум ПФО «iВолга», региональная экологическая фотовыставка «Среда обитания. Живая Волга», площадка молодежных субкультур Поволжья, рок-концерт «Рок над Волгой» и пр.) участники (более младшего возраста) с трудом идентифицировали только форум «iВолга». Выражения самих респондентов: «...а что, эти символы с таких серьезных мероприятий?», «...странно, мне они совсем не знакомы», «...точно с каких-то мероприятий, но не вспомню с каких». Однозначно узнавался и считывался только один образ – почтовая марка «Помощь голодающим детям Поволжья» (20-х гг. XX в.).

Посыл модератора о консолидации жителей Поволжья оказался востребованным: «*Лучше консолидировать Россию, а не Поволжье. Я не говорю про изоляцию, но чтобы была Россия. И не забывать про национальности, потому что Россия – это не только русские*».

Подведем краткий итог, настолько, насколько позволяет это сделать выбранный нами прикладной метод исследования проблематики.

Во-первых, у жителей обоих регионов наблюдалось идентичное представление о себе, обществе, стране (как внутренний, так и внешний аспект). Проявилась схожая обратная реакция на мероприятия по формированию уровня системы идентичности «мы – жители России», и она однозначно превалирует в конфигурации других видов территориальной идентичности. Судя по кодификации реакции на государственные символы, идентичность у жителей довольно устойчива, интенсивна и масштабна.

Во-вторых, констатируя особенности исследуемых регионов, подчеркнем вполне заметную линию ответов респондентов. Жители Ульяновской области более остальных демонстрируют критическое отношение к своему региону, вплоть до негативного осмысления его имиджа. Несущей основой идентификационных процессов Республики Мордовия служит общегосударственный уровень, региональный же блок остается несколько размытым. Эту нишу занимает «этническая» символьно-смысловая система. Однако отношение к национальному колориту в имидже и образе региона складывается из нескольких измерений. Общественность довольно критически оценивает излишнюю трансляцию и демонстрацию своего «этнического» на внутрирегиональном уровне, но на общероссийском и международном – оно представляется «уникальным», важнейшим в представлении региона.

В-третьих, Поволжье как более крупный регион места проживания слабо отражено в символьной системе идентичности жителей Мордовии и Ульяновской области. Ненаполненность «поволжской ниши» – это, вероятно, результат отсутствия целенаправленных шагов и мероприятий по формированию поволжской территориальной идентичности. Причиной этого может считаться

и слабая включенность регионов в общеповолжские мероприятия. С другой стороны, дискуссия, развернувшаяся вокруг этого блока символов, частично наводит на мысль об отсутствии «народного» признания за Поволжьем звания вернакулярного района.

Библиографический список

1. Демидова М.В. Модели управления символическим капиталом // Вестник ПАГС. 2015. № 1 (46). С. 91–98.
2. Назукина М.В. Структурные уровни региональной идентичности в современной России // Регионоведение. 2011. № 4. С. 12–18.
3. Солдатова А.С., Ширманов Е.В. Соотношение общенационального, этнического и регионального в идентичности жителей Мордовии (по материалам прикладного исследования) // «Ars administrandi» (Искусство управления). 2015. № 2. С. 27–38.

A.A. Savenko
Motivation of Labor Activity
as a Complex Sociological
Phenomenon

The main groups of sociological concepts of labor activity motivation are considered. The author's integrated approach revealing motivation of employees' labor activity in the context of the complex methodological doctrine is presented.

Key words and word-combinations: motivation, labor activity, labor requirements, labor potential, innovation.

Рассмотрены и проанализированы основные группы социологических концепций мотивации трудовой активности работников. Представлен авторский интегрированный подход, раскрывающий мотивацию трудовой активности работников в контексте комплексной методологической доктрины.

Ключевые слова и словосочетания: мотивация, трудовая активность, трудовые потребности, трудовой потенциал, новаторство.

УДК 331+316.33
ББК 65.24:60.560

А.А. Савенко

МОТИВАЦИЯ ТРУДОВОЙ АКТИВНОСТИ КАК КОМПЛЕКСНОЕ СОЦИОЛОГИЧЕСКОЕ ЯВЛЕНИЕ

В новых условиях мотивация трудовой активности изучается различными группами исследователей. Социологи рассматривают мотивацию трудовой активности не только как показатель человеческого капитала тружеников, но и как фактор повышения эффективности деятельности организации, инструмент формирования инновационных механизмов саморазвития. Мотивацию трудовой активности все чаще стали отождествлять с двигательным механизмом развития всякого социального и социально-трудового действия [1].

Научные теории, осуществляющие исследование различных проявлений мотивации трудовой активности, можно условно ран-