

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ И ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ ТЕРРИТОРИЙ

DOI: 10.15838/ptd.2023.2.124.7

УДК 316.342.6 | ББК 60.54

© Воробьева И.Н.

ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ



ИРИНА НИКОЛАЕВНА ВОРОБЬЕВА

Череповецкий государственный университет

Череповец, Российская Федерация

e-mail: vorobyova-i-n@yandex.ru

ORCID: 0000-0001-5970-051X; ResearcherID: AAX-4496-2021

Территориальная идентичность населения является нематериальным активом развития города, потому что выступает фактором удержания жителей в родном регионе и ресурсом социальной активности в практиках преобразования городского пространства. Цель заключается в выявлении наиболее значимых факторов городской среды, которые влияют на уровень территориальной идентичности населения. Территориальная идентичность рассматривается через индикаторы эмоционального отношения к городу, миграционных настроений, установок и практик социального участия в развитии городского пространства. Новизна работы состоит в применении авторской методики измерения уровня территориальной идентичности, а также дисперсионного анализа для определения факторов ее формирования. Значимым аспектом выступает сравнительный анализ ответов учащихся школ и взрослого населения. Эмпирическую базу исследования сформировали результаты опроса населения города Череповца старше 18 лет и опроса учащихся 9–11 классов школ города Череповца. Выявлено, что 67% учащихся 9–11 классов и 71% населения позитивно отзываются о родном городе. Однако только 23% учащихся собираются в нем работать после получения образования, а доля всего населения, которое хочет, чтобы дети и внуки остались жить в городе, составляет 39%. Дисперсионный анализ взаимосвязи уровня территориальной идентичности и оценок параметров городской среды показал, что наиболее значимо на уровень территориальной идентичности взрослого населения влияют удовлетворенность городской инфраструктурой, культурным досугом и системой здравоохранения; школьников – оценки города как места для проведения культурного до-

Для цитирования: Воробьева И.Н. (2023). Факторы формирования территориальной идентичности населения: социологический анализ // Проблемы развития территории. Т. 27. № 2. С. 89–109. DOI: 10.15838/ptd.2023.2.124.7

For citation: Vorobeva I.N. (2023). Factors in the formation of the population's territorial identity: A sociological analysis. *Problems of Territory's Development*, 27(2), 89–109. DOI: 10.15838/ptd.2023.2.124.7

суга и получения образования. Обнаружен разрыв между причинами миграционных установок, декларируемых школьниками, и параметрами, выявленными при анализе. В открытых вопросах причиной отъезда школьники чаще всего обозначают «нет перспектив, возможностей для самореализации». Данный факт позволяет выстроить гипотезу стереотипного формирования отношения к городу у школьников референтными группами, такими как учителя, родители.

Территориальная идентичность населения, школьники, неформальное социальное участие, факторы развития города.

Постановка проблемы

Важным нематериальным активом развития города, региона является территориальная идентичность населения. В условиях высокой миграционной активности наиболее прогрессивных слоев населения, особенно молодежи в период реализации образовательных стратегий, территориальная идентичность становится фактором их удержания в родном регионе. С другой стороны, высокий уровень территориальной идентичности, который выражается в эмоциональной привязанности, представляет собой фактор социальной активности населения, высокого уровня развитости практик социального участия. Именно поэтому актуальна проблема изучения уровня территориальной идентичности населения, особенно в поколенном аспекте, а также выявления факторов ее формирования.

Теоретические основы исследования

В современных социологических исследованиях категория «территориальная идентичность» используется наряду с категориями «региональная идентичность», «городская идентичность», реже «локальная» и «местная». При изучении территориальной идентичности, как правило, отталкиваются от более общего социально-психологического феномена «социальная идентичность», которая представляет собой осознание принадлежности к социальным группам, к обществу. Данный феномен наиболее концептуально разобран в трудах Г. Тэджфела (Tajfel, 1978). Е.В. Еремина отмечает следующие характеристики социальной идентичности: «Совокупность представлений человека о своем месте в обществе, ценностях и

поведенческих моделях, которые утверждают на основании соотнесения себя с общественно значимыми культурными ориентирами и ролевыми функциями в социальной среде» (Еремина, 2014, с. 149). Основная составляющая гражданской, профессиональной, территориальной идентичности заключается именно в осознании принадлежности (к гражданам данного государства, профессиональной группе, к территориальному сообществу), вопрос только в том, что является объектом идентификации. Принадлежность обуславливает схожие социальные качества и реакции на определенные стимулы, способность демонстрировать сплоченность и способность к самоорганизации (Воробьев и др., 2022).

На наш взгляд, наиболее однозначное толкование категории территориальной идентичности населения дает К.С. Тумакова: «Состояние соотнесения личности с регионом, региональным сообществом и определенными социальными группами, вызывающее желание и потребность участвовать в региональных взаимодействиях, связывать свое настоящее и будущее с развитием данного региона» (Тумакова, 2010, с. 70–71). Таким образом, территориальная идентичность является продуктом соотнесения как с регионом проживания, так и с региональным сообществом.

Территориальная идентичность населения состоит из двух основных компонентов. Наиболее отчетливо в трудах большинства ученых прослеживается эмоциональная составляющая, «сильная эмоциональная связь с определенными местами или окружающей средой» (Peng et al., 2020). В последнее время все чаще акцент ставится на деятельностный компонент, социальные практики населения (Vanini, 2021). Поведенческий ком-

понент, практики социального участия зачастую априори рассматриваются как часть территориальной идентичности (Kuus, 2007; Prokkola et al., 2015). Через активные социальные практики на локальном уровне укрепляется и формируется территориальная идентичность (Антонова и др., 2020; Костко, 2022; Le Dantec, DiSalvo, 2018).

Территориальная идентичность выступает нематериальным активом развития региона (Capello, 2019), ее формирование способствует созданию социального капитала, который является фундаментальным ресурсом устойчивого развития территорий (Basile, Cavallo, 2020). В связи с этим не вызывает сомнений актуальность изучения факторов формирования территориальной идентичности у населения, то есть выявления параметров региона, дающих веские причины остаться в своем населенном пункте и прикладывать усилия для его развития.

Одним из ключевых факторов, которые не всегда относят именно к параметрам городской среды и социального пространства, является возможность участвовать в ее проектировании. Сознательный аспект конструирования социального пространства территории, усиление участия граждан в принятии решений относительно ее настоящего и будущего приводит к формированию эмоциональной привязанности к региону (Madsen, van Naerssen, 2003; Le Dantec, DiSalvo, 2018; Markuszewska, 2019). Привязанность к месту способствует продуктивности сообщества через практики коллективного поведения, а наличие множественной идентичности делает территорию более изменчивой, ориентированной на будущее (Camagni, 2019; Panzera et al., 2020). Подход к управлению городом с активным участием широкой общественности рассматривается через выдвинутую А. Лефевром и продолженную Д. Харви концепцию «права на город» – право на преобразование места жительства в соответствии с собственными потребностями. Город становится местом самореализации индивидов, население с высоким уровнем территориальной идентичности берет на себя ответственность за место про-

живания, его территориальное благоустройство, через совместное решение проблем горожан и властей выражает свои запросы на городское пространство (Антонова и др., 2020; Белоусов, Давыдов, 2021; Вершинина, 2018; Скалабан, Серебрянникова, 2014; Терентьев, 2015). Таким образом, выравниваются права всех жителей, уменьшается дифференциация населения при доступе как к общественному пространству, так и праву определять, как оно будет организовано.

Территориальная идентичность как включение населения в практики по преобразованию территории имеет важный рациональный компонент, который заключается в знании территории, ее проблем и возможностей (Вандышев и др., 2013; Оплетина, Белоусова, 2021; Bianchetti, Cerruti, 2016). Вовлеченное в жизнь города население лучше знает повседневные проблемы региона, полнее представляет, какие преобразования действительно требуются городу, его отдельным районам и дворам и какие проекты удовлетворяют их общим интересам (Кочухова, Мартьянов, 2019).

Среди факторов состояния городской среды, влияющих на территориальную идентичность, как правило, выделяются экономические и культурные факторы (Кочухова, Мартьянов, 2019; Шабаев и др., 2018; De Jong et al., 2018). Ван Ланен отмечает, что ухудшение возможностей трудоустройства, комплекса услуг населению, физического ландшафта территории, снижение уровня жизни населения, экологическое состояние региона могут привести к негативным локальным переживаниям и снижению чувства места (van Lanen, 2017). Как отдельный фактор территориальной идентичности можно рассмотреть доступность и качество жилищных условий. Готовность устанавливать соседские доброжелательные связи, участвовать в локальных городских практиках повышается в условиях не только локальной идентичности, привязанности к городу, но и в благоприятных условиях проживания. Жилищный дефицит создает социальную напряженность либо приводит к депопуляции территории (Казакова, 2017).

Регулярный выезд из малых и средних городов России наиболее социально активных людей и приток мигрантов из сельской местности, которые стремятся удовлетворить первоочередные потребности в рабочих местах и более высокой, чем на прежнем месте жительства, зарплате, осложняют проблему формирования локальных городских сообществ «снизу» (Богатова, Долгаева, 2022). Для развития региона необходима мобилизирующая сила наиболее активных слоев населения.

Ю.А. Чурсина анализирует взаимосвязь оценок качества городской среды и миграционные установки населения, определяя два основных мотива миграции: «уехать от» и «уехать для». На миграционные установки влияют две переменные: актуальные проблемы населенного пункта и ожидаемые перспективы жизни в другом городе. Мотивацией «уехать для» выступает не дискомфорт от существующих проблем в месте проживания, а ожидания по расширению возможностей после переезда. Мотивом «уехать от» служат сложности на рынке труда, отсутствие работы и низкий уровень заработной платы. Автор выделяет культурных, экономических и недовольных мигрантов. Для экономических мигрантов важны перспективы трудоустройства и повышение уровня жизни, для культурных – обеспеченность городской среды объектами культурно-развлекательной сферы, а также экологический фактор. Недовольные мигранты убегают от проблем существующей среды, их стимулирует неудовлетворенность проживания в своем населенном пункте. Если для крупных городов меньше важна проблема трудоустройства, то характерны проблема жилья в силу его дороговизны и экологические проблемы. Для сельской местности более актуальны проблемы трудоустройства и возможности досуга. Получается, что жителей крупных городов не устраивает качество инфраструктуры, они не удовлетворены карьерными перспективами или низкой заработной платой, тогда как у сельских жителей вопросы качества отходят на второй план, их интересует в пер-

вую очередь наличие данных параметров (Чурсина, 2014).

Р.В. Евстифеев формулирует модель конструирования городской идентичности: развитие городского сообщества, выработка социального «софта» для взаимодействия друг с другом, формирование независимого интеллектуального пространства, публичное выражение интересов, конкуренция и продвижение своей повестки в поле публичной политики (Евстифеев, 2020).

Таким образом, территориальная идентичность населения включает эмоциональный компонент (привязанность к городу и позитивное его оценивание) и поведенческий (установки и практики участия в социальном пространстве и устойчивая установка жить и работать на данной территории). Основными факторами формирования территориальной идентичности являются возможность участвовать в проектировании пространства, культурно-досуговые (состояние инфраструктуры, доступность объектов для повседневных практик) и экономические (уровень жизни, возможность трудоустройства и построения карьеры) факторы.

Методы исследования

Первой эмпирической базой исследования стали данные опроса населения города Череповца Вологодской области, который был проведен в апреле 2022 года кафедрой социологии и социальных технологий Череповецкого государственного университета. Репрезентативность выборки обеспечивалась квотированием по половозрастным признакам в соответствии с существующей структурой населения города старше 18 лет – участников опроса. Объем выборки – 668 человек. Опрос осуществлялся путем интервьюирования респондентов по месту жительства.

Второй эмпирической базой послужил опрос учащихся 9–11 классов десяти общеобразовательных школ г. Череповца по формализованной анкете по месту обучения, проведенный по кластерной выборке. Исследование осуществлено в апреле 2022 года

кафедрой социологии и социальных технологий Череповецкого государственного университета в рамках гранта социальных проектов Благотворительного фонда «Дорога к дому» «Жизненные стратегии и социальные ориентиры одаренных детей Череповца». Всего опрошено 647 человек.

Техническая обработка информации была произведена в программе SPSS, версия 22 (статистический пакет для социальных наук). Для анализа использовались методы двумерного анализа, дисперсионный анализ, корреляционный анализ.

Исследование по блоку территориальной идентичности и блоку удовлетворенности факторами городской среды осуществлялось по единому инструментарию с целью сравнительного анализа уровня территориальной идентичности разных возрастных групп, а также сравнения факторов формирования отношения к городу у учащихся школ и взрослого населения. Такой подход дает возможность разработать дифференцированный подход к формированию территориальной идентичности разных возрастных групп. Особенно это важно для удержания молодежи в период реализации образовательных и трудовых стратегий, которые могут быть либо связаны с городом, либо нет. Сопоставление результатов возможно и в связи с проведением полевого этапа обоих исследований в один временной период (апрель 2022 года).

Для измерения уровня территориальной идентичности населения использовалась авторская методика, в которую были заложены эмоциональный и поведенческий компоненты территориальной идентичности населения. Респондентам задавались следующие вопросы: «Когда Вы говорите о Череповце, Вы отзываетесь о нем позитивно?», «Порекомендовали бы Вы своим знакомым из другого города переехать жить в Череповец?», «Можете ли Вы про себя сказать: «Я стремлюсь сделать лучше город, в котором живу?», «Вы бы хотели, чтобы Ваши дети, внуки остались жить в Череповце?» (для школьников: «Собираетесь ли Вы после получения образования работать в Череповце?»).

Для определения уровня территориальной идентичности каждого респондента рассчитывался общий индекс по четырем частным индексам по каждому из вопросов. Для этого вариантам ответов присваивались следующие шкальные значения: «да» – 5; «скорее да» – 4; «затрудняюсь ответить» – 3; «скорее нет» – 2; «нет» – 1. Все респонденты на основании индекса были распределены на пять групп: «очень низкий уровень» территориальной идентичности, индекс варьируется в интервале от 1 до 2; «низкий уровень» (от 2 до 2,66); «средний уровень» (от 2,67 до 3,33); «высокий уровень» (от 3,34 до 4); «очень высокий уровень» (от 4,1 до 5). Главное преимущество этой методики заключается в возможности исследовать взаимосвязь уровня территориальной идентичности с другими переменными. Например, связь территориальной идентичности с факторами удовлетворенности территорией проживания для учащихся школ выявлялась с помощью вопроса «Считаете ли Вы Череповец хорошим местом?» по аспектам: «для работы / построения профессиональной карьеры», «для получения хорошего образования», «для реализации себя в творчестве», «для построения политической/общественной карьеры», «для сохранения здоровья / ведения ЗОЖ», «местом, где можно интересно и насыщенно провести досуг»; для всего населения – с помощью вопроса «Насколько Вы удовлетворены аспектами жизни в Череповце: системой здравоохранения, системой образования, городской инфраструктурой, возможностью построения карьеры, возможностями культурного досуга в городе, возможностью трудоустройства, возможностью участия в жизни города, своего района, доступностью информации о городе, городских проблемах, мероприятиях?».

Результаты исследования

Череповец является центром металлургической и химической промышленности Вологодской области. Крупные предприятия формируют предложение рабочих мест на рынке труда и достаточно высокий уровень

доходов в городе. Корпоративная социальная ответственность в ПАО «Северсталь» и «ФосАгро» распространяется не только на работников предприятий, но и город в целом, способствуя развитию инфраструктуры и социальной сферы города. Из негативных факторов – неблагоприятная экологическая обстановка в Череповце. Город для своего развития и процветания нуждается в трудовых ресурсах и активном населении. Но из Череповца, как и большинства средних и малых городов России, каждый год уезжают и выпускники при реализации своих образовательных стратегий, и население в целом. Решение демографических проблем является одной из приоритетных задач города, поэтому определение уровня территориальной идентичности и факторов ее формирования выступает значимой практической задачей.

Отношение к городу среди населения и учащихся 9–11 классов неоднозначное. Эмо-

циональная оценка города благоприятная: 72% населения старше 18 лет и 64% школьников довольны, что живут в нем, 71% населения и 67% школьников склонны говорить о городе позитивно. Однако только 46% взрослого населения и 26% школьников порекомендовали бы своим знакомым из другого города переехать жить в Череповец; 39% череповчан хотели бы, чтобы их дети, внуки остались жить здесь и только 23% учащихся 9–11 классов после получения образования хотели бы работать в Череповце (рис. 1).

Такая ситуация типична для большинства малых и средних городов России. Эмоциональная составляющая отношения к Череповцу школьников и населения в целом сопоставима с оценками молодежи по всей Вологодской области. Так, по результатам опроса «Социокультурный портрет Вологодской области», осуществленного Вологодским научным центром РАН, 62% мо-

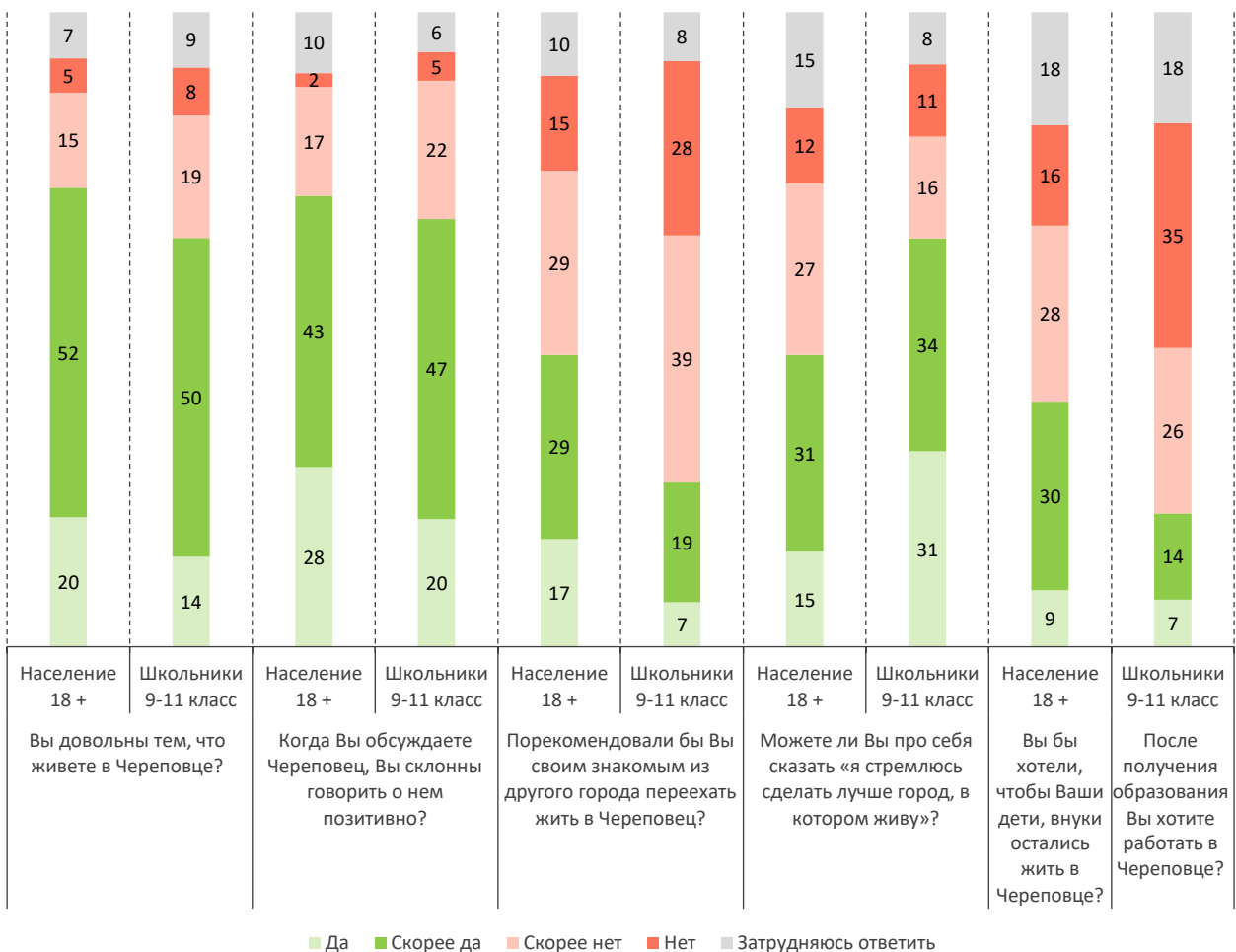


Рис. 1. Распределение ответов на вопросы по измерению уровня территориальной идентичности, %

лодежи в возрасте 18–35 дали позитивные ответы на вопрос «Какие чувства Вы испытываете по отношению к региону проживания?». Миграционные установки учащихся старших классов в малых и средних городах России выглядят пугающими. Так, в ходе опроса в малых городах (Вязники (Владимирская область), Ртищево (Саратовская область), Сатка (Челябинская область), Камень-на-Оби (Алтайский край)) и средних городах (Бузулук (Оренбургская область), Великие Луки (Псковская область), Мичуринск (Тамбовская область), Чистополь (Республика Татарстан)) в 2018 году было выявлено, что только 12% респондентов в средних городах и 4% в малых городах после окончания школы собираются остаться в своем городе. Более трети выпускников в средних (38%) и почти половина (48%) в малых городах заявили, что в свои города больше не вернуться (Карачурина, Флоринская, 2019).

Поведенческие аспекты территориальной идентичности достаточно развиты. 46% взрослого населения и 65% школьников ответили, что стремятся делать город лучше. Это подтверждается практиками социального участия: 40% школьников за последние год-два принимали участие в благоустройстве города, двора, дома, школы; 24% – в благотворительных акциях; 22% – в практиках массовых мероприятий; 16% работали волонтерами. Среди всего населения 25% участвовали в общественных работах по месту жительства (субботники, мероприятия по благоустройству), 23% – в благотворительных акциях, 13% – в массовых городских мероприятиях, 7% работали волонтерами.

В ходе исследования был выявлен уровень территориальной идентичности школьников и всего населения г. Череповца. Среди школь-

ников очень высокий уровень территориальной идентичности характерен только для 10%, тогда как среди всего населения – 17% (табл. 1). Больше привязаны к городу жители старшего возраста: среди населения в возрасте старше 65 лет 27% имеют очень высокий уровень территориальной идентичности, 42% – высокий, только 8% – низкий и очень низкий. В группе школьников очень низкий и низкий уровень – у 34%, 35% – имеют средний уровень и 20% – высокий. Наиболее негативное отношение к городу формируется к 18 годам: 49% жителей в возрасте 18–24 года имеют низкий и очень низкий уровень территориальной идентичности и только 5% – высокий. Именно в этом возрасте люди чаще уезжают из города.

Важно было определить, какие факторы территориальной идентичности являются наиболее значимыми, почему достаточно позитивно отзываясь о родном городе, молодежь так решительно настроена на отъезд из него, а взрослые не хотят, чтобы их дети жили в Череповце. Взрослое население оценивало удовлетворенность параметрами городской среды. Больше всего жители удовлетворены доступностью информации о городе, городских проблемах (69% позитивных ответов); высок уровень удовлетворенности городской инфраструктурой (59%); немного ниже – возможностью культурного досуга и трудоустройства (54%); возможностью участия в жизни города удовлетворены 52% (рис. 2). Меньше половины удовлетворены возможностью построения карьеры (48%) и системой образования (41%). Ниже всего оценивают систему здравоохранения – только 36% позитивных оценок.

Школьникам был задан вопрос «Считаете ли Вы город Череповец хорошим ме-

Таблица 1. Уровень территориальной идентичности в зависимости от возраста, %

Уровень	Школьники	18–24	25–34	35–44	45–54	55–64	65 и старше	Население от 18 лет и старше
Очень низкий	19	34	23	13	17	11	6	17
Низкий	15	15	14	14	12	15	2	12
Средний	35	26	25	30	29	18	23	25
Высокий	20	20	27	30	22	30	42	29
Очень высокий	10	5	12	14	20	27	27	17

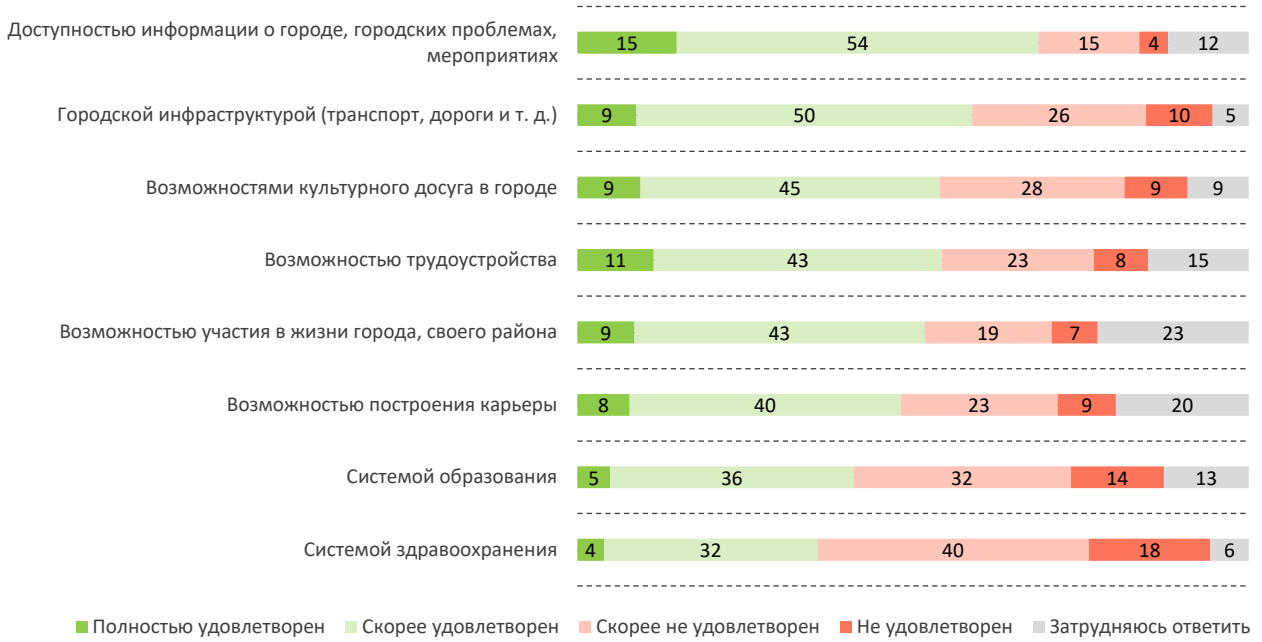


Рис. 2. Удовлетворенность разными аспектами городской жизни населения г. Череповца, %



Рис. 3. Распределение ответов на вопрос «Считаете ли Вы Череповец хорошим местом для...» среди школьников, %

стом для ...?». Больше половины опрошенных (53%) назвали Череповец хорошим местом для жизни в целом (рис. 3). Однако по каждому из факторов в отдельности преобладают негативные оценки. Школьники оценивают город по разным параметрам ниже, чем взрослое население. Только 42% считают его местом, где можно интересно и насыщенно провести досуг, найти работу и построить карьеру; 39% – хорошим для получения образования и реализации себя

в творчестве; только 30% – для построения политической и общественной карьеры, 24% – для сохранения здорового образа жизни.

Для того чтобы узнать, какие из этих факторов наиболее значимы для формирования отношения к городу, был проведен дисперсионный анализ. Всем ответам респондентов по уровню удовлетворенности разными аспектами городской жизни были присвоены шкальные значения от 5 до 1, как и при рас-

чете уровня территориальной идентичности, где 5 – «полностью удовлетворен», 1 – «полностью не удовлетворен». Согласно результатам дисперсионного анализа все группы по уровню территориальной идентичности статистически значимо различаются оценками удовлетворенности; уровень значимости по всем переменным (табл. 2) меньше 0,05. Тем не менее по некоторым параметрам эти различия более явные в соответствии с уровнем F-статистики. Наиболее значимы отличия по оценке удовлетворенности городской инфраструктурой (F-статистика 22,43), проведением культурного досуга (19,05). Именно они являются основными маркерами формирования территориальной идентичности и отношения к городу у всего населения города Череповца старше 18 лет.

Данные зависимости более наглядно можно продемонстрировать как с помощью средних при проведении дисперсионного анализа, так и таблиц сопряженности между оценками разных групп. Приведем данные по самым значимым маркерам территориальной идентичности.

Наиболее показательный маркер территориальной идентичности – это удовлетворенность городской инфраструктурой. Среди респондентов с очень низким уровнем территориальной идентичности средний индекс удовлетворенности городской инфраструктурой, который измеряется в пределах от 1 до 5, составил 2,66, тогда как в группе с очень высоким уровнем территориальной идентичности – 3,84 (рис. 4). Среди всех горожан старше 18 лет индекс равнялся 3,22.

Таблица 2. Результаты дисперсионного анализа уровня удовлетворенности сферами городской жизни у представителей групп разного уровня территориальной идентичности среди всего населения

		Сумма квадратов	Ст. св.	Средний квадрат	F	Знач.
Инфраструктура	Между группами	116,156	4	29,039	22,426	,000
	Внутри групп	858,495	663	1,295		
	Всего	974,651	667			
Культурный досуг	Между группами	99,547	4	24,887	19,046	,000
	Внутри групп	866,338	663	1,307		
	Всего	965,885	667			
Система образования	Между группами	54,168	4	13,542	10,036	,000
	Внутри групп	894,605	663	1,349		
	Всего	948,772	667			
Построение карьеры	Между группами	52,947	4	13,237	11,005	,000
	Внутри групп	797,478	663	1,203		
	Всего	850,425	667			
Возможность трудоустройства	Между группами	62,662	4	15,666	12,265	,000
	Внутри групп	846,835	663	1,277		
	Всего	909,497	667			
Здравоохранение	Между группами	72,339	4	18,085	13,161	,000
	Внутри групп	911,068	663	1,374		
	Всего	983,407	667			
Возможность участия	Между группами	49,682	4	12,421	11,341	,000
	Внутри групп	726,083	663	1,095		
	Всего	775,765	667			
Доступность информации	Между группами	47,458	4	11,864	11,483	,000
	Внутри групп	685,021	663	1,033		
	Всего	732,479	667			

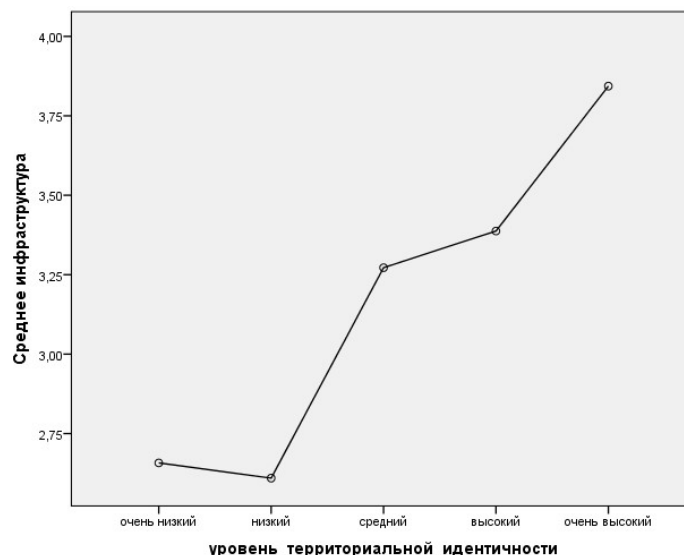


Рис. 4. Среднее значение оценки городской инфраструктуры у разных групп по уровню территориальной идентичности

Таблица 3. Распределение ответов на вопрос «Насколько Вы удовлетворены городской инфраструктурой (транспорт, дороги и т. д.)?», в зависимости от уровня территориальной идентичности, % от всего населения

Вариант ответа	Очень низкий	Низкий	Средний	Высокий	Очень высокий	Общий
Полностью удовлетворен	4	2	5	9	24	9
Скорее удовлетворен	33	33	58	57	55	50
Скорее не удовлетворен	37	43	23	22	16	26
Не удовлетворен	19	17	9	8	1	10
Затрудняюсь ответить	7	5	6	4	5	5

Таблица 4. Распределение ответов на вопрос «Насколько Вы удовлетворены возможностями культурного досуга в городе?», в зависимости от уровня территориальной идентичности среди, % от всего населения

Вариант ответа	Очень низкий	Низкий	Средний	Высокий	Очень высокий	Общий
Полностью удовлетворен	6	2	8	8	22	9
Скорее удовлетворен	26	34	48	54	49	45
Скорее не удовлетворен	41	46	25	22	15	28
Не удовлетворен	20	11	11	5	3	9
Затрудняюсь ответить	7	6	8	11	12	9

Приведем таблицу сопряженности удовлетворенности городской инфраструктурой в зависимости от уровня территориальной идентичности населения. Только 37% респондентов с очень низким уровнем территориальной идентичности удовлетворены городской инфраструктурой, тогда как среди населения с высокими оценками по вопросам территориальной идентичности таких 79% (табл. 3).

Дифференциация оценок культурного досуга выглядит следующим образом: в группе респондентов с низким уровнем территориальной идентичности 32% дали удовлетворительные ответы. В группе с очень высоким уровнем территориальной идентичности 71% удовлетворительных ответов (табл. 4).

Менее чувствительным на фоне предыдущих двух выглядит индекс возможностей

трудоустройства. Так, в группе с низким уровнем территориальной идентичности индекс удовлетворенности возможностью трудоустройства составил 2,75 (40% удовлетворены), тогда как среди группы с очень высоким уровнем территориальной идентичности 3,72 (64%).

Так как самой миграционно настроенной частью населения являются учащиеся выпускных классов, мы решили в их ответах более детально остановиться на маркерах территориальной идентичности. Ответы при оценке города по всем параметрам статистически значимо отличаются у школьников, по-разному оценивших, насколько они довольны проживанием в городе (табл. 5). Тем не менее по некоторым параметрам эти различия более явные. Самая высокая оценка дана Череповцу, как месту, где можно интересно провести досуг (F-статистика 45,6), затем как месту для получения хорошего образования (39,2) и для реализации себя в творчестве (32,96).

Так как разброс оценок значимый (высокие оценки по индикатору «доволен» и «по-

зитивно отзываюсь» и очень низкие «рекомендую» и «собираюсь работать в городе»), мы решили рассмотреть оценки по каждому из индикаторов. Ответы на вопрос «Вы довольны тем, что живете в Череповце?» при оценке города по всем параметрам статистически значимо отличаются у школьников, по-разному оценивших, насколько они довольны проживанием в городе. Так же как и в распределении по общему параметру территориальной идентичности, судя по уровню F-статистики, наиболее дифференцированы параметры оценки города как места, где можно интересно провести досуг (42,13), затем – для получения высшего образования (26,7) и для реализации себя в творчестве (25,3) (табл. 6). Тем не менее разница в разбросе оценок фактора получения образования не настолько значима.

В группе школьников, которые очень довольны, что живут в Череповце, средний индекс оценки города как места, где можно интересно провести досуг, составил 4 балла; среди них 81% согласились с тем, что в городе «можно интересно и насыщенно провести

Таблица 5. Результаты дисперсионного анализа оценки сфер городской жизни у школьников с разным уровнем территориальной идентичности

		Сумма квадратов	Ст. св.	Средний квадрат	F	Знач.
Для построения карьеры	Между группами	181,853	4	45,463	26,990	,000
	Внутри групп	1081,411	642	1,684		
	Всего	1263,264	646			
Для получения хорошего образования	Между группами	220,307	4	55,077	39,202	,000
	Внутри групп	901,968	642	1,405		
	Всего	1122,275	646			
Для реализации себя в творчестве	Между группами	216,654	4	54,163	32,960	,000
	Внутри групп	1055,019	642	1,643		
	Всего	1271,672	646			
Для построения общественной карьеры	Между группами	108,562	4	27,141	17,821	,000
	Внутри групп	977,750	642	1,523		
	Всего	1086,312	646			
Для сохранения здоровья	Между группами	179,160	4	44,790	26,066	,000
	Внутри групп	1103,183	642	1,718		
	Всего	1282,343	646			
Место, где можно интересно провести досуг	Между группами	280,809	4	70,202	45,625	,000
	Внутри групп	987,828	642	1,539		
	Всего	1268,637	646			

Таблица 6. Результаты дисперсионного анализа уровня удовлетворенности сферами городской жизни у школьников с разными оценками по вопросу «Вы довольны тем, что живете в Череповце?»

		Сумма квадратов	Ст. св.	Средний квадрат	F	Знач.
Для построения карьеры	Между группами	129,762	4	32,440	18,374	,000
	Внутри групп	1133,502	642	1,766		
	Всего	1263,264	646			
Для получения хорошего образования	Между группами	160,224	4	40,056	26,730	,000
	Внутри групп	962,051	642	1,499		
	Всего	1122,275	646			
Для реализации себя в творчестве	Между группами	173,252	4	43,313	25,315	,000
	Внутри групп	1098,420	642	1,711		
	Всего	1271,672	646			
Для построения общественной карьеры	Между группами	73,451	4	18,363	11,639	,000
	Внутри групп	1012,861	642	1,578		
	Всего	1086,312	646			
Для сохранения здоровья	Между группами	119,432	4	29,858	16,483	,000
	Внутри групп	1162,911	642	1,811		
	Всего	1282,343	646			
Место, где можно интересно провести досуг	Между группами	263,751	4	65,938	42,126	,000
	Внутри групп	1004,886	642	1,565		
	Всего	1268,637	646			

Таблица 7. Распределение ответов на вопрос «Считаете ли Вы Череповец местом, где можно интересно и насыщенно провести досуг?» в зависимости от ответа на вопрос «Вы довольны тем, что живете в Череповце?» среди школьников, %

	Я очень доволен, что живу в г. Череповце	Скорее доволен, чем нет	Скорее недоволен	Я очень недоволен, что живу в Череповце	Затрудняюсь ответить	Общий
Да	40	13	4	10	7	14
Скорее да	41	34	15	2	20	28
Скорее нет	10	37	40	25	34	32
Нет	7	11	37	61	25	20
Затрудняюсь ответить	2	6	4	2	14	5

досуг» (табл. 7). В то же время среди тех, кто очень недоволен, что живет в Череповце, индекс составил 1,7, и только 12% считают, что в нем можно хорошо провести досуг. Отметим, что разброс данных у школьников существенно ярче, нежели у всего населения города Череповца.

При использовании дисперсионного анализа, когда фактором являются ответы на вопрос «Порекомендовали бы Вы своим

знакомым из другого города переехать жить в Череповец?», при статистически значимых отклонениях по всем переменным (табл. 8) возрастает доля межгрупповой дисперсии по параметру оценки города как места для получения хорошего образования в сравнении с предыдущим фактором территориальной идентичности. Уровень F-статистики по данному параметру – 32,17. Не менее значим фактор досуга (F-статистика 33,52).

Таблица 8. Результаты дисперсионного анализа уровня удовлетворенности сферами городской жизни у школьников с разными оценками по вопросу «Порекомендовали бы Вы своим знакомым из другого города переехать жить в Череповец?»

		Сумма квадратов	Ст. св.	Средний квадрат	F	Знач.
Для построения карьеры	Между группами	113,401	4	28,350	15,829	,000
	Внутри групп	1149,863	642	1,791		
	Всего	1263,264	646			
Для получения хорошего образования	Между группами	187,378	4	46,844	32,168	,000
	Внутри групп	934,897	642	1,456		
	Всего	1122,275	646			
Для реализации себя в творчестве	Между группами	149,815	4	37,454	21,433	,000
	Внутри групп	1121,857	642	1,747		
	Всего	1271,672	646			
Для построения общественной карьеры	Между группами	92,541	4	23,135	14,946	,000
	Внутри групп	993,771	642	1,548		
	Всего	1086,312	646			
Для сохранения здоровья	Между группами	158,367	4	39,592	22,614	,000
	Внутри групп	1123,976	642	1,751		
	Всего	1282,343	646			
Место, где можно интересно провести досуг	Между группами	219,155	4	54,789	33,516	,000
	Внутри групп	1049,481	642	1,635		
	Всего	1268,637	646			

Таблица 9. Распределение ответов на вопрос «Считаете ли Вы Череповец хорошим местом для получения образования?» в зависимости от ответа на вопрос «Вы довольны тем, что живете в Череповце?» среди школьников, %

Вариант ответа	Да	Скорее да	Скорее нет	Нет	Затрудняюсь ответить	Общий
Да	49	12	5	3	4	9
Скорее да	29	46	30	18	38	30
Скорее нет	18	26	43	30	20	33
Нет	4	10	16	43	6	21
Затрудняюсь ответить	0	7	5	7	32	8

Следовательно, мы можем сделать вывод, что просто эмоциональная оценка города у школьников больше строится на параметре оценки инфраструктурных моментов проведения досуга, тогда как при поведенческом аспекте рекомендации города возрастает значимость оценки получения образования.

78% из тех, кто стал бы рекомендовать город для проживания своим знакомым, согласились, что город является хорошим местом для получения образования (средний

индекс 4 балла); среди тех, кто не стал бы рекомендовать, таких только 21% (индекс 2 балла; табл. 9).

Статистически значимо отличается оценка всех параметров города и по ответу на вопрос «Собираетесь ли Вы остаться работать в городе?». Также наиболее явно закономерность выделяется по оценкам города как места «получения хорошего образования» (F-статистика 31,93) и места, «где можно интересно провести досуг» (F-статистика 24,67),

хорошего места «для построения карьеры» (F-статистика 22,66; табл. 10).

Закономерности взаимосвязи индикаторов территориальной идентичности и оценки элементов городской среды можно представить в виде матрицы коэффициентов корреляции

между индексами каждого из параметров. Коэффициенты корреляции, полученные при анализе, показывают наличие значимой для результатов социологических исследований связи (табл. 11). Подтверждается наиболее тесная связь индикаторов террито-

Таблица 10. Результаты дисперсионного анализа уровня удовлетворенности сферами городской жизни у школьников с разными оценками по вопросу «Собираетесь ли Вы остаться работать в городе?»

		Сумма квадратов	Ст. св.	Средний квадрат	F	Знач.
Для построения карьеры	Между группами	156,297	4	39,074	22,662	,000
	Внутри групп	1106,967	642	1,724		
	Всего	1263,264	646			
Для получения хорошего образования	Между группами	186,201	4	46,550	31,926	,000
	Внутри групп	936,074	642	1,458		
	Всего	1122,275	646			
Для реализации себя в творчестве	Между группами	84,945	4	21,236	11,488	,000
	Внутри групп	1186,727	642	1,848		
	Всего	1271,672	646			
Для построения общественной карьеры	Между группами	53,832	4	13,458	8,368	,000
	Внутри групп	1032,481	642	1,608		
	Всего	1086,312	646			
Для сохранения здоровья	Между группами	143,820	4	35,955	20,275	,000
	Внутри групп	1138,523	642	1,773		
	Всего	1282,343	646			
Место, где можно интересно провести досуг	Между группами	169,038	4	42,260	24,673	,000
	Внутри групп	1099,599	642	1,713		
	Всего	1268,637	646			

Таблица 11. Результаты корреляционного анализа взаимосвязи вопросов по индикаторам территориальной идентичности и оценок городской среды среди школьников

Вариант ответа	Довольны	Позитивно отзываются	Рекомендуют знакомым	Собираются работать в городе
Где можно интересно провести досуг	0,44	0,41	0,4	0,35
Для получения хорошего образования	0,37	0,3	0,4	0,4
Для реализации себя в творчестве	0,36	0,36	0,34	0,25
Для сохранения здоровья	0,27	0,31	0,35	0,33
Для построения карьеры	0,29	0,27	0,29	0,34
Для построения общественной карьеры	0,25	0,24	0,26	0,22



Рис. 5. Распределение ответов на открытый вопрос «Некоторые люди уезжают из Череповца, потому что ...» по блокам, % от общего количества реплик

риальной идентичности с оценкой города как места, где можно интересно провести досуг (0,44–0,35), и слабее – для построения карьеры (0,29–0,34). При этом оценка города как места для реализации трудовой стратегии по сравнению с остальными параметрами более тесно связана с оценкой города как места для построения карьеры.

Рассмотрим, как школьники оценивают причины своей миграционной активности и своих ровесников. Для этого им был задан открытый вопрос «Некоторые люди уезжают из Череповца, потому что...». Основным фактором, с точки зрения учащихся, – «нет перспектив, возможностей для развития» (29%): «здесь сложно себя реализовать», «мало возможностей для развития карьеры», «здесь мало перспектив» (рис. 5). На втором месте находится кластер «плохая экология» (21%): «чтобы не дышать грязным воздухом», «экология». И только на третьем месте – «для получения образования» (10%): «не могут получить хорошее образование», «нет институтов с качественным образованием», «нет множества специальностей». Обращаем внимание, что только 2% ответили «мало мест для досуга». Получается, что «уезжают от...» неблагоприятной экологической ситуации,

«уезжают для...» самореализации и перспектив.

Заметен разрыв оценок территориальной идентичности и декларируемых причин отъезда. Уровень территориальной идентичности больше всего завязан на инфраструктурных элементах, удовлетворенности возможностью для культуры и досуга, на втором месте – уровень образования, тогда как при ответе на открытый вопрос первым наиболее значимым фактором стал далеко не культурный аспект (он собрал всего 2% реплик), а устойчивое убеждение, что здесь «нет возможности для самореализации».

Выводы

Теоретическая значимость работы заключается в концептуализации категории территориальной идентичности, определении взаимосвязи со смежными категориями социальной и гражданской идентичности, выявлении основных компонентов территориальной идентичности и составлении практических индикаторов их измерения. Для выявления уровня территориальной идентичности изучались ее эмоциональный и поведенческий компоненты. Они измерялись через удовлетворенность проживанием

в городе, отзывы о нем, желание рекомендовать город своим знакомым для проживания, установку к преобразованию городской среды, миграционные настроения. Было установлено, что при достаточно позитивном отношении к городу у череповчан очень высок уровень миграционных установок, только 39% взрослого населения хотят, чтобы их дети остались жить в городе, среди школьников только 23% хотят остаться работать в городе после получения образования. Такая ситуация является типичной для большинства малых и средних городов России.

У взрослого населения достаточно высок уровень удовлетворенности параметрами городской среды, больше половины удовлетворены городской инфраструктурой, возможностью культурного досуга и трудоустройства, доступностью информации о городе, городских проблемах, мероприятиях. Менее половины населения удовлетворены системой образования и системой здравоохранения. Существенно ниже оценки города среди школьников: только 42% считают его хорошим местом, где можно интересно и насыщенно провести досуг, найти работу и построить карьеру; 39% – для получения хорошего образования; 24% – для сохранения здорового образа жизни.

Новизна исследования состоит в применении авторской методики измерения уровня территориальной идентичности, а также использовании дисперсионного анализа для выявления ее факторов. Дисперсионный анализ был реализован по общему интегрированному показателю, а для школьников – и в разрезе влияния основных практических индикаторов ее измерения, таких как эмоциональная привязанность к городу, установка на реализацию своих трудовых стратегий в городе в будущем. В соответствии

с дисперсионным анализом наиболее значимыми факторами формирования территориальной идентичности населения являются удовлетворенность городской инфраструктурой и удовлетворенность возможностями проведения культурного досуга, на третьем месте – уровень здравоохранения. Для школьников наиболее значима возможность проведения досуга и получения хорошего образования. Был выявлен разрыв факторов формирования уровня территориальной идентичности и декларируемых при ответе на открытый вопрос причин отъезда из города. Наиболее часто на вопрос, почему молодежь уезжает из города, звучал ответ «нет возможностей для самореализации и развития». Можно выдвинуть гипотезу о том, что это сформированный референтными группами (родители, учителя) стереотип. Следовательно, работать нужно не только с реальными факторами и маркерами идентичности, но и с установившимися стереотипами.

Практическая значимость исследования заключается в возможности использования его результатов для приоритетных направлений формирования территориальной идентичности, разработки молодежной политики для удержания молодежи в регионе. Причем работа должна проводиться не только с самой молодежью, но и с референтными группами, которые формируют у нее отношение к городу. Результаты исследования доведены до городских властей и активно используются мэрией г. Череповца, они уже были представлены учителям городских школ, которые занимаются профориентационной работой со школьниками, а также родителям детей, которые стали победителями муниципального этапа Всероссийской олимпиады.

ЛИТЕРАТУРА

- Антонова Н.Л., Абрамова С.Б., Полякова В.В. (2020). Право на город: повседневные практики молодежи и партисипация в производстве городского пространства // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 3. С. 443–462. URL: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.3.1597>
- Белоусов А.Б., Давыдов Д.А. (2021). От права на город к праву на пространство. Динамика муниципальных конфликтов на примере Свердловской области // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. № 6. С. 362–385. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.6.2052>
- Богатова О.А., Долгаева Е.И. (2022). Город в теории и на практике: факторы формирования социальной идентичности столицы республики в составе Российской Федерации // Регионоведение. Т. 30. № 2. С. 447–469. DOI: 10.15507/2413-1407.119.030.202202.447-469
- Вандышев М.Н., Веселкова Н.В., Прямикова Е.В. (2013). Места памяти и символический капитал территорий в ментальных картах города // Журнал социологии и социальной антропологии. № 16 (3). С. 101–111.
- Вершинина И.А. (2018). Анри Лефевр: от «права на город» к «урбанистической революции» // Вестник Московского ун-та. Сер. 18: Социология и политология. Т. 24. № 2. С. 48–60. URL: <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2018-24-2-48-60>
- Воробьев В.П., Ивченков С.Г., Еремина Е.В., Ретинская В.Н., Мурзина И.А. (2022). Формирование социальной идентичности молодежи региона: потенциал эстетической информации // Регионоведение. Т. 30. № 2. С. 470–491. DOI: 10.15507/2413-1407.119.030.202202.470-491
- Евстифеев Р.В. (2020). Конструирование городских идентичностей: цели, механизмы, акторы // ПРАЕИМА. Проблемы визуальной семиотики. № 4 (26). С. 75–89. DOI: <https://doi.org/10.23951/2312-7899-2020-4-75-89>
- Еремина Е.В. (2012). Социальная идентичность: проблемы региональной идентификации // Регионоведение. № 2. С. 149–155.
- Иванов П.В. (2016). Городские жители и производство пространства (на примере российских городов) // Интеракция. Интервью. Интерпретация. Т. 8. № 11. С. 5–15. URL: <https://www.inter-fnisc.ru/index.php/inter/article/view/4448> (дата обращения 25.07.2021).
- Казакова А.Ю. (2017). Субъективное качество жилищных условий и территориальная идентичность горожан (на материале опроса жителей МО «г. Калуга») // Социологический журнал. Т. 23. № 1. С. 62–87. DOI: 10.19181/socjour.2017.23.1.5002
- Карачурина Л.Б., Флоринская Ю.Ф. (2019). Миграционные намерения выпускников школ малых и средних городов России // Вестник Московского ун-та. Сер. 5: География. № 6. С. 82–89.
- Костко Н.А. (2022). Показатели городской идентичности как элемента социального пространства города // Журнал социологии и социальной антропологии. № 25 (1). С. 190–216. URL: <https://doi.org/10.31119/jssa.2022.25.1.7>
- Кочухова Е.С., Мартыанов В.С. (2019). Креативный город или право на город: альтернативы урбанистического развития в российском контексте // Антиномии. Т. 19 (2). С. 45–66.
- Оплетина И.А., Белоусова Н.А. (2021). Выраженность компонентов гражданской идентичности у жителей разных регионов России // Общество: социология, психология, педагогика. № 6. С. 89–93. URL: <https://doi.org/10.24158/spp.2021.6.14>
- Скалабан И.А., Серебрянникова О.А. (2014). Территориальная идентичность как фактор социального участия: поколенный контекст // Идеи и идеалы. № 1 (19). С. 65–74.
- Терентьев Е.А. (2015). Топонимический активизм и «право на город»: социологические заметки // Вестник Томского гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. № 1. С. 194–202. URL: <http://doi.org/10.17223/1998863X/29/21>

- Тумакова К.С. (2010). Региональная идентичность и брендинг как социальноуправленческий ресурс // *Власть*. № 3. С. 70–73.
- Чурсина Ю.А. (2014). «Уехать от» vs «Уехать для». Качество городской среды как фактор миграционных установок населения // *Социология власти*. № 2. С. 142–164.
- Шабает Ю.П., Садохин А.П., Лабунова О.В., Сазонова Н.Н. (2018). Антропологическое понимание города и методология урбанистического изучения // *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*. № 3. С. 248–267. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.3.13>
- Шабунова А.А., Калачикова О.Н., Груздева М.А. (2020). Сельская и городская молодежь: социокультурные разрывы сохраняются? // *Народонаселение*. Т. 25. № 2. С. 39–51. DOI: [10.19181/population.2022.25.2.4](https://doi.org/10.19181/population.2022.25.2.4)
- Banini T. (2021). Towards a methodology for constructing local territorial identities. *Territorial Identities in Action*. Presa Universitara Clujeana, 13–39.
- Basile G., Cavallo A. (2020). Rural identity, authenticity, and sustainability in Italian Inner Areas. *Sustainability*, 12, 1–22. DOI: [10.3390/su12031272](https://doi.org/10.3390/su12031272)
- Bianchetti C., Cerruti M. (2016). Territory matters. Production and space in Europe. *City Territory and Architecture*, 3 (26), 1–6. DOI: [10.1186/s40410-016-0055-8](https://doi.org/10.1186/s40410-016-0055-8)
- Camagni R. (2019). Territorial capital and regional development: Theoretical insights and appropriate policies. *Handbook of Regional Growth and Development Theories – Revised and Extended Second Edition*. Cheltenham: Edward Elgar, 124–148.
- Capello R. (2019). Interpreting and understanding territorial identity. *Regional Science Policy and Practice*, 11 (1), 141–158.
- Joss S., De Jong M., Chen Y. [et al.] (2018). Explaining city branding practices in China's three mega-city regions: The role of ecological modernization. *Journal of Cleaner Production*, 179, 527–543. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.01.098>
- Kuus M. (2007). Ubiquitous identities and elusive subjects: Puzzles from Central Europe. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 32 (1), 90–101.
- Le Dantec C., DiSalvo C. (2018). Infrastructuring and the formation of publics in participatory design. *Social Studies of Science*, 43 (2), 241–264. DOI: [10.1177/0306312712471581](https://doi.org/10.1177/0306312712471581)
- Madsen K.D., van Naerssen T. (2003). Migration, identity, and belonging. *Journal of Borderlands Studies*, 18 (1), 61–75. Available at: <https://doi.org/10.1080/08865655.2003.9695602>
- Markuszevska I. (2019). Sentimentality versus transformation of the historical traditional rural landscape (A case study: The landscape of dutch law settlement in Poland). *Quaestiones Geographicae*, 38 (1), 53–70. DOI: [10.2478/quageo-2019-0001](https://doi.org/10.2478/quageo-2019-0001)
- Panzer E., Camagni R., Capello R., Cerisola S. (2020). The cultural heritage – territorial capital nexus: Theory and empirics. *Supplementi*, 11, 33–59.
- Peng J., Strijker D., Wu Q. (2020). Place identity: How far have we come in exploring its meanings? *Frontiers in Psychology*, 11, 294. Available at: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00294>
- Prokkola E., Zimmerbauer K., Jakola F. (2015). Performance of regional identity in the implementation of European cross-border initiatives. *European Urban and Regional Studies*, 22, 104–117.
- Tajfel H. (1978). The achievement of group differentiation. Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations. In: Tajfel H. *Published in Cooperation with European Association of Experimental Social Psychology by Academic Press*. London, New York, San Francisco.
- Van Lanen S. (2017). Living austerity urbanism: Space-time expansion and deepening socio-spatial inequalities for disadvantaged urban youth in Ireland. *Urban Geography*, 38 (10), 1603–1613.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРЕ

Ирина Николаевна Воробьева – кандидат социологических наук, доцент, Череповецкий государственный университет (Российская Федерация, 162600, г. Череповец, Советский пр-т, д. 8; e-mail: vorobyova-i-n@yandex.ru)

Vorobeva I.N.

FACTORS IN THE FORMATION OF THE POPULATION'S TERRITORIAL IDENTITY: A SOCIOLOGICAL ANALYSIS

The territorial identity of the population is an intangible asset for the development of the city, because it acts as a factor in the retention of residents in their native region and as a resource of social activity in the practices of urban space transformation. The purpose is to identify the most significant factors of the urban environment that affect the level of the population's territorial identity. Territorial identity is considered through indicators of emotional attitudes to the city, migration intentions, attitudes and practices of social participation in the urban space development. The novelty of the work lies in the application of the author's method of measuring the level of territorial identity, and the analysis of variance to determine the factors of its formation. A significant aspect is a comparative analysis of the school students' and adults' answers. The empirical basis of the study was formed by the results of a survey of the population of Cherepovets over 18 years old and a survey of students of 9–11 grades of Cherepovets schools. It was found that 67% of students in 9–11 grades and 71% of the population speak positively about their hometown. However, only 23% of students intend to work there after graduation, and the percentage of the total population who want their children and grandchildren to stay in the city is 39%. The analysis of variance of the relationship between the level of territorial identity and assessments of urban environment parameters showed that satisfaction with urban infrastructure, cultural recreation and health care system has the most significant impact on the level of territorial identity of the adult population; on the level of territorial identity of school students – assessment of the city as a place for cultural recreation and education. We found a gap between the reasons for migration attitudes declared by students and the parameters revealed in the analysis. In open-ended questions, students most often gave the reason for leaving as “no prospects, no opportunities for self-realization”. This fact allows us to build a hypothesis of stereotypical formation of attitudes towards the city among students by reference groups, such as teachers and parents.

Territorial identity of the population, school students, informal social participation, factors of city development.

REFERENCES

- Antonova N.L., Abramova S.B., Polyakova V.V. (2020). The right to the city: Daily practices of youth and participation in the production of urban space. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny=Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 3, 443–462. Available at: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.3.1597> (in Russian).
- Banini T. (2021). Towards a methodology for constructing local territorial identities. *Territorial Identities in Action*. Presa Universitara Clujeana, 13–39.
- Basile G., Cavallo A. (2020). Rural identity, authenticity, and sustainability in Italian Inner Areas. *Sustainability*, 12, 1–22. DOI: 10.3390/su12031272

- Belousov A.B., Davydov D.A. (2021). From the right to the city to the right to space. Dynamics of municipal conflicts on the example of the Sverdlovsk region. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny=Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 6, 362–385. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2021.6.2052> (in Russian).
- Bianchetti C., Cerruti M. (2016). Territory matters. Production and space in Europe. *City Territory and Architecture*, 3(26), 1–6. DOI: 10.1186/s40410-016-0055-8
- Bogatova O.A., Dolgaeva E.I. (2022). The city in theory and in practice: factors of social identity formation of the capital of republic within the Russian Federation. *Regionologiya=Regionology*, 30(2), 447–469. DOI: 10.15507/2413-1407.119.030.202202.447-469 (in Russian).
- Camagni R. (2019). Territorial capital and regional development: Theoretical insights and appropriate policies. *Handbook of Regional Growth and Development Theories – Revised and Extended Second Edition*. Cheltenham: Edward Elgar, 124–148.
- Capello R. (2019). Interpreting and understanding territorial identity. *Regional Science Policy and Practice*, 11(1), 141–158.
- Chursina Yu.A. (2014). “Leave from” vs “Leave for”. The quality of the urban environment as a factor of the population’s migration attitudes. *Sotsiologiya vlasti=Sociology of Power*, 2, 142–164 (in Russian).
- Eremina E.V. (2012). Social identity: Problems of regional identification. *Regionologiya=Regionology*, 2, 149–155 (in Russian).
- Evstifeev R.V. (2020). Designing city identities: Goals, mechanisms, actors. *ИПАЭХМА. Problemy vizual'noi semiotiki=ИПАЭХМА. Journal of Visual Semiotics*, 4(26), 75–89. DOI: <https://doi.org/10.23951/2312-7899-2020-4-75-89> (in Russian).
- Ivanov P.V. (2016). Urban dwellers and production of urban space (on the example of Russian cities). *Interaktsiya. Interv'yu. Interpretatsiya=Interaction. Interview. Interpretation*, 8(11), 5–15. Available at: <https://www.inter-fnisc.ru/index.php/inter/article/view/4448> (дата обращения 25.07.2021, in Russian).
- Joss S., De Jong M., Chen Y. et al. (2018). Explaining city branding practices in China’s three megacity regions: The role of ecological modernization. *Journal of Cleaner Production*, 179, 527–543. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.01.098>
- Karachurina L.B., Florinskaya Yu.F. (2019). Migration intentions of school graduates in small and midsize towns of Russia. *Vestnik Moskovskogo un-ta. Ser.5. Geografiya=Moscow University Bulletin. Series 5, Geography*, 6, 82–89. (in Russian).
- Kazakova A.Yu. (2017). Subjective housing quality and citizens’ territorial identity (based on a survey of residents of the city of Kaluga). *Sotsiologicheskii zhurnal=Sociological Journal*, 23(1), 62–87. DOI: 10.19181/socjour.2017.23.1.5002 (in Russian).
- Kochukhova E.S., Martyanov V.S. (2019). Creative city or right toward the city: alternative of urban development in Russian context. *Antinomii=Antinomies*, 19(2), 45–66 (in Russian).
- Kostko N.A. (2022). Indicators of urban identity as an element of the city’s social space. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii=The Journal of Sociology and Social Anthropology*, 25(1), 190–216. Available at: <https://doi.org/10.31119/jssa.2022.25.1.7> (in Russian).
- Kuus M. (2007). Ubiquitous identities and elusive subjects: Puzzles from Central Europe. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 32(1), 90–101.
- Le Dantec C., DiSalvo C. (2018). Infrastructuring and the formation of publics in participatory design. *Social Studies of Science*, 43(2), 241–264. DOI: 10.1177/0306312712471581
- Madsen K.D., van Naerssen T. (2003). Migration, identity, and belonging. *Journal of Borderlands Studies*, 18(1), 61–75. Available at: <https://doi.org/10.1080/08865655.2003.9695602>
- Markuszevska I. (2019). Sentimentality versus transformation of the historical traditional rural landscape (A case study: The landscape of dutch law settlement in Poland). *Quaestiones Geographicae*, 38(1), 53–70. DOI: 10.2478/quageo-2019-0001

- Opletina I.A., Belousova N.A. (2021). Evidence of civil identity components among inhabitants of different regions of Russia. *Obshchestvo: sotsiologiya, psikhologiya, pedagogika=Society: Sociology, Psychology, Pedagogics*, 6, 89–93. Available at: <https://doi.org/10.24158/spp.2021.6.14> (in Russian).
- Panzer E., Camagni R., Capello R., Cerisola S. (2020). The cultural heritage – territorial capital nexus: Theory and empirics. *Supplementi*, 11, 33–59.
- Peng J., Strijker D., Wu Q. (2020). Place identity: How far have we come in exploring its meanings? *Frontiers in Psychology*, 11, 294. Available at: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.00294>
- Prokkola E., Zimmerbauer K., Jakola F. (2015). Performance of regional identity in the implementation of European cross-border initiatives. *European Urban and Regional Studies*, 22, 104–117.
- Shabaev Yu.P., Sadokhin A.P., Labunova O.V., Sazonova N.N. (2018). Anthropological understanding of the city and the methodology of urban studies. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny=Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes*, 3, 248–267. DOI: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2018.3.13> (in Russian).
- Shabunova A.A., Kalachikova O.N., Gruzdeva M.A. (2020). Rural and urban youth: Do the socio-cultural gaps remain? *Narodonaselenie=Population*, 25(2), 39–51. DOI: 10.19181/population.2022.25.2.4 (in Russian).
- Skalaban I.A., Serebryannikova O.A. (2014). Territorial identity as factor of social participation: Generation context. *Idey i idealy=Ideas and Ideals*, 1(19), 65–74 (in Russian).
- Tajfel H. (1978). The achievement of group differentiation. Differentiation between social groups: Studies in the social psychology of intergroup relations. In: Tajfel H. *Published in Cooperation with European Association of Experimental Social Psychology by Academic Press*. London, New York, San Francisco.
- Terentev E.A. (2015). Toponymic practices and the “right to the city”: Sociological notes. *Vestnik Tomskogo gos. un-ta. Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya=Tomsk State University Journal of Philosophy, Sociology and Political Science*, 1, 194–202. Available at: <http://doi.org/10.17223/1998863X/29/21> (in Russian).
- Tumakova K.S. (2010). Regional identity and branding as a socio-managerial resource. *Vlast'=Power*, 3, 70–73 (in Russian).
- Van Lanen S. (2017). Living austerity urbanism: Space-time expansion and deepening socio-spatial inequalities for disadvantaged urban youth in Ireland. *Urban Geography*, 38(10), 1603–1613.
- Vandyshev M.N., Veselkova N.V., Pryamikova E.V. (2013). Les lieux de mémoire and symbolic capital of territories in mental maps of town-dwellers. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii=The Journal of Sociology and Social Anthropology*, 16(3), 101–111 (in Russian).
- Vershinina I.A. (2018). Anri Lefebvre: from “the right to the city” to the “urbanist revolution”. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Ser. 18: Sotsiologiya i politologiya=Moscow State University Bulletin. Series 18. Sociology and Political Science*, 24(2), 48–60. Available at: <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2018-24-2-48-60> (in Russian).
- Vorobev V.P., Ivchenkov S.G., Eremina E.V., Retinskaya V.N., Murzina I.A. (2022). Formation of the social identity of the youth of the region: The potential of aesthetic information. *Regionologiya=Regionology*, 30(2), 470–491. DOI: 10.15507/2413-1407.119.030.202202.470-491 (in Russian).

INFORMATION ABOUT THE AUTHOR

Irina N. Vorobeva – Candidate of Sciences (Sociology), Associate Professor, Cherepovets State University (8, Sovetskii Avenue, Cherepovets, 162600, Russian Federation; e-mail: vorobyova-i-n@yandex.ru)