

DOI: 10.17805/zpu.2021.2.15

Проблемы понимания региональной идентичности

Е. С. ВАКАРЕВ

МОСКОВСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ;
МОСКОВСКИЙ ГОРОДСКОЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

Статья посвящена рассмотрению вопроса понимания региональной идентичности как сложного социально-психологического и социокультурного феномена. Рассмотрены основные точки зрения на проблему региональной идентичности в социальной географии, экономике, социологии и психологии. В широком смысле региональная идентичность понимается как специфическое своеобразие географической территории в совокупности экономических, культурных, демографических и макросоциальных характеристик. В качестве субъектной характеристики региональная идентичность может пониматься как представление личности о себе как носителя типичных для данного региона психологических черт и культурных смыслов, обусловленных природно-географическими и социально-экономическими особенностями региона. Показано, что на формирование региональной идентичности влияют различные факторы — продолжительность пребывания и личный жизненный опыт в конкретном регионе, семейные, дружеские и рабочие отношения, а также наличие у человека права собственности на недвижимость на этой территории и уровень неготовности покинуть регион. Доказана необходимость разведения понятий «идентичность региона» как характеристики территории и «региональная идентичность» как характеристики личности. Предлагается рассматривать региональную идентичность в связи с социально-психологическими характеристиками личности и в контексте понимания территории как социально-психологического пространства.

Ключевые слова: региональная идентичность; идентичность региона; идентичность; региональное сознание; территория; социально-психологическое пространство

ВВЕДЕНИЕ

Почти все территориальные конфликты, которые в той или иной мере связаны с политическими процессами и вопросами гражданского самопредъявления, с борьбой за этническую принадлежность, усугубляются за счет поликультурных факторов, актуализации гендерного вопроса, навязывания новых и не всегда эффективных и перспективных для конкретного региона экономических стратегий. Дискуссии об идентичности стали все более частыми одновременно с появлением аргументов, что мир (особенно западный) движется к «принудительной» индивидуализации: люди все больше чувствуют необходимость нести ответственность за все сферы своей жизни, в связи с чем жизненные стратегии личности строятся скорее посредством поиска тех ориентиров, которые необходимы для личностной идентичности. Формирование идентичности в соответствии с параметрами этноса, классовой принадлежности, профессии или места жительства становится не таким уж важным. Стоит отметить, что общие тенденции к глобализации вынуждают человека вырабатывать некоторые механизмы защиты своей самобытности и индивидуальности, а самый эффективный способ — это построение определенных границ, которые позволяют развивать укреплять самоидентичность личности. Речь идет не только о границах культурных, профессиональных, личностных, но и о границах в их первоначальном значении — территориальных.

В современных условиях социокультурных трансформаций идея региональной идентичности приобрела новое значение не только в географии, но и в таких обла-

стях, как культурология, литература, антропология, политология, социология, психология. Рассмотрим вероятные предпосылки, которые связаны с ростом интереса к этой категории.

ИДЕИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ГЕОГРАФИИ И ПСИХОЛОГИИ

Идея изучения региональной идентичности изначально представлена в географии. Связано это с тем, что традиционные подходы в географии отдельных территорий часто ориентированы на описание специфики тех или иных регионов, что основано на убеждении о сложной и глубокой связи региона и характеристик его населения.

Вопросы региональной и территориальной идентичности важны в первую очередь для гуманистических географов. В радикальной и феминистской географии пространственность понимается как важный фактор формирования идентичности в соответствии с гендерным, сексуальным критерием либо этнокультурными параметрами (Keith, Pile, 2016; Rose, 1995; McDowell, 1999; Simonsen, 2007). В контексте геополитической науки и политической географии вопрос региональной идентичности тесно связан с разработкой таких понятий, как этноцентризм, национализм, региональная политика и гражданская идентичность (Окунев, 2018; Herb, Kaplan, 1999; McSweeney, 1999; Agnew, 2002).

Идентичность — это социально-психологический процесс, который формируется в первую очередь в кризисном для человека периоде жизни, когда актуальная потребность в индивидуализации сталкивается с необходимостью считаться с требованиями и нормами истории, культуры, религии и т. д. В этом случае при рассмотрении природы региональной идентичности важным представляется вопрос, связанный не с тем, как человек и общество интегрированы в рамках конкретного пространства или территории, а с тем, как пространственный фактор влияет на формирование личности, с одной стороны, а с другой — каким образом отдельная личность будет оказывать влияние на формирование специфического образа региона, в котором она существует.

Сегодня проявления региональной идентичности можно обнаружить во многих странах и разных культурах. Несмотря на то что формирование региональной идентичности как фактор интеграции и снижения конфликтности нередко является элементом государственной политики региональных властей, стоит учитывать, что выраженная региональная идентичность может вызвать чувство идентичности, которое может пойти вразрез с идеей общенациональной или государственной идентичности, особенно в условиях политических трансформаций и в переходные периоды развития мультикультурного общества (Fisenko et al., 2020).

Большой объем информации о проблемах региональной идентичности, представленный в Интернете, свидетельствуют о том, что региональная идентичность стоит на повестке дня во многих отношениях. Это может быть одним из элементов общественного сопротивления глобализации.

Современные идеи о региональной идентичности носят характер скорее дихотомический, чем однозначный: говоря о региональной идентичности, исследователи часто используют сравнение внешнего и внутреннего, ядерного и периферического, маргинальности и индивидуальности, стереотипизированного или уникального восприятия себя и других, природной обусловленности идентичности

и искусственной, социально-экономической и т. д. Региональная идентичность проявляется также в фольклоре, политической риторике, мемориальной культуре региона, часто понимание связано с образами природы и ландшафтов (Вакарев, 2019).

Наряду с научными работами, посвященными анализу внутренних условий формирования и развития региональной идентичности, существует масса интересных исследований, направленных на понимание региональной идентичности как ответного механизма противодействия силам глобальных явлений и событий (Семеновко, Лапкин, Пантин, 2010; Sletto, 2002; Cartier, 2002). Региональная идентичность может быть рассмотрена как основание для развития системы многоуровневого гражданства (Entrikin, 2002), а в исследованиях, посвященных вопросам государственного управления, региональная идентичность встроена в систему факторов эффективного планирования региональных процессов и поддержки социальных проектов в конкретных регионах (Галазова, 2014; Haartsen et al., 2003; Raagmaa, 2002).

В современных исследованиях региональная идентичность рассматривается как результат построения территориальных границ, но в совокупности с принятием конкретной атрибутики той территории, с которой личность себя идентифицирует. Целесообразно разводить понятия идентичности региона как территории и региональной идентичности жителей, которые проживают либо в пределах конкретной территории, либо за ее пределами. Идентичность региона тесно связана с репрезентацией образов природы и ландшафтов, культурой, известными историческими личностями и знаменитыми жителями региона, которые часто могут быть использованы в дискурсах политики, в содержании культурно-творческих проектов, в маркетинговых технологиях, которые реализуются в этом регионе и т. д. Эти дискурсы всегда лежат в основе разграничения, обозначения и символизации пространства и групп людей. Региональное сознание указывает на психологический механизм идентификации людей с теми практиками, дискурсами и символикой, которые характерны для данного региона. Региональная идентичность может использоваться в риторике и деятельности бизнес-коалиций при планировании региональных бизнес-проектов. Представления о региональной идентичности могут также применяться в качестве идей для символических и материальных товаров для целей регионального маркетинга.

Понятие «региональное сознание» впервые было предложено и в дальнейшем разрабатывалось в рамках немецкой географической науки, несмотря на очевидный философско-психологический характер предмета (Morgan, 1939; Pohl, 1993). Некоторые ученые расценили это как архаичное явление и отметили, что эти исследования предоставят политикам лишь инструменты для манипулирования гражданами. Учитывая заявленные опасения, становится очевидным важность подробного изучения представлений о региональной идентичности и психологических закономерностях регионального сознания, тем более что эта тема в настоящее время приобретает все большее значение во всем мире.

При рассмотрении проблемы региональной идентичности рекомендуется учитывать взаимодействие двух групп условий: культурно-исторических и социально-экономико-политических. Политические идеи, продуцируемые и культивируемые властью, сами по себе не приводят к отождествлению себя с регионом, так как процесс идентификации предусматривает осмысление и интерпретацию личностью

своей собственной реальности, которую человек пережил в конкретных территориальных условиях. Социальные психологи подчеркивают, что необходимо анализировать мотивационные аспекты процессов региональной идентичности (Максимова и др., 2019; Hogg, 2000). Одной из основ региональной идентичности является то, что она существует как форма социальной и культурной практики, дискурса и действия, а не как абстрактное понятие.

РЕГИОНАЛЬНАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ КАК ФОРМА САМООПРЕДЕЛЕНИЯ ЛИЧНОСТИ

Регион — это неоднозначно определенный термин, который сам по себе относится к пространству, которое не может быть четко разграничено и может иметь различную величину. Регионы могут рассматриваться, например, как различные административные единицы и определяться в смысле административного деления. Но также важен микропространственный уровень, например населенный пункт или район в населенном пункте. Сегодня можно найти большое количество исследований городской идентичности, которая фокусируется на чувстве принадлежности личности к определенному городу (Социально-психологические исследования города, 2016). Таким образом, понятие региона включает территорию, к которой привязаны люди, территорию, с атрибутами которой они себя связывают. Регион всегда подвергается особой оценке со стороны его жителей, а восприятие и оценка своего региона как пространства социальных отношений формируют региональную идентичность личности. Регионы представляют собой исторически обусловленные территории, по-разному связанные с политическими, правительственными, экономическими, социально-психологическими и культурными процессами и дискурсами (Geschiera, Meyer, 2002).

Согласно М. Лалли, регион можно рассматривать как один из многих факторов, которые обуславливают построение определенной части социальной идентичности личности. Чем важнее это для человека, тем больше это влияет на социальное поведение. Поэтому региональная идентичность всегда является частичным аспектом социальной идентичности личности, сходным с гендерной или этнической идентичностью (Lalli, 1992).

Региональная идентичность как предполагаемая комбинация этой идентичности и «регионального сознания» стала очень популярной, явно международной темой в экономике, а также в культурной, политической и экономической географии (Левочкина, 2016; Идентичность как предмет политического анализа, 2011; Yorgason, 2002). В рамках понимания региональной идентичности в этих областях становится понятным, как территориальная основа и пространственные идентичности имеют решающее значение для организации производства, труда и пространственного разделения труда: регионы не только снабжены идентичностями, но они также могут обеспечить основу, посредством которой люди формируют свои собственные идентичности.

Ментальная репрезентация региональной идентичности связана с возможностью человека ответить на вопрос, к какому пространству он принадлежит, с какими атрибутами этого пространства он себя идентифицирует. Основания для таких суждений человек находит в семейной социализации, в том числе в подростковом возрасте, когда на устойчивые представления о своем пространственно-территориальном статусе оказывает влияние региональная культура (Вакарев, 2021).

Необходимость идентификации с регионом является не только потребностью субъекта, но и нередко поддерживается извне. Примером этого может являться продвигаемая правительством Берлина кампания «Будь берлинцем», в рамках которой жителей столицы привлекают к построению образа уникальности этого города и его жителей. На плакатах, в рекламных объявлениях и в аудиовизуальных СМИ представлены жители и их рассказы, изобретения и идеи. Люди получают возможность на домашней странице в социальных сетях расширить указанный выше рекламный слоган и выразить, что для них лично значит быть берлинцем. По мнению авторов проекта, поскольку основные черты столицы включают терпимость, космополитизм, уникальность, культуру и постоянные изменения, такие сообщения, как «быть более блестящим», «быть более толерантным», «быть берлинцем», позволяют укреплять региональную идентичность, следовательно, способствуют формированию позитивного имиджа города как самобытного социального-психологического пространства.

Чтобы идентифицировать себя с регионом, необходима длительная привязанность к региону. Таким образом, время пребывания играет решающую роль. Однако исследования доказывают, что идентификация с городом больше, если человек родился и вырос там, независимо от продолжительности его пребывания (Lalli, 1992). Если детство прошло в данном регионе, то привязанность к этому региону значительно больше (Сухарев, 2008).

Понятие «региональная идентичность» следует отличать от понятия «родина». Оба относятся к ограниченному пространству, но «родина» более абстрактна и обычно ассоциируется с местом, где человек вырос и к которому имеет глубокую эмоциональную привязанность.

Региональную идентичность в социальной психологии следует рассматривать с учетом контекста понятия «регион», а именно — регион как среда обитания (этот аспект региональной идентичности охватывает социальные отношения человека и групп внутри региона. К ним относятся семейные, дружеские и рабочие отношения).

Сила региональной идентичности нередко определяется наличием у человека права собственности на недвижимость на этой территории, а также низким уровнем социальной мобильности, т. е. готовности/неготовности покинуть регион. Так, например, в связи с этим в пожилом возрасте чаще отмечается более сильная идентификация с регионом, в котором проживает человек. Человек идентифицирует себя с регионом в зависимости от влияющих на него региональных факторов — социально-психологических (социальные отношения, социальные институты, традиции), социально-экономических (рынок труда, уровень зарплат, правовая защищенность), санитарно-жилищных (размеры и дизайн среды обитания, санитарные условия, жилищное положение). Таким образом, на региональную идентичность влияют различные факторы, такие как продолжительность пребывания или личный опыт в регионе.

К сожалению, политики, предприниматели, маркетологи, журналисты, использующие региональную идентичность в своих целях, уделяют недостаточное внимание психологической составляющей этого явления. Некоторые географы концептуализировали психологические, точнее социально-психологические, элементы региональной идентичности, но системная связь между географическими характеристиками региона и содержанием региональной идентичности как психического явления так и не нашла своей реализации в исследованиях.

Одной из существенных проблем является понимание региональной идентичности как эмпирической реальности. Вопрос о методах анализа региональной идентичности конкретного человека или определенной группы лиц еще предстоит решать специалистам в трансдисциплинарном поле. Уже сейчас многие исследования региональной идентичности направлены на анализ идентификации человеком своей личности с образами, которые представлены в фольклоре, художественной литературе, фильмах и других культурных продуктах, отражающих специфику региона.

Тенденция к использованию в современном научном дискурсе понятия «границы» при описании психологических явлений (в том числе идентичности) обращает внимание на то, что в современном геополитическом пространстве многие территории, которые имеют не всегда определенный на международном уровне административный статус, являются результатом договоренности между политиками и заинтересованными в этих процессах олигархами, а не результатом длительного культурно-исторического и политического процесса самоопределения жителей данного региона. В связи с этим обратим внимание на то, что региональная идентичность — это процесс, который необходимо анализировать в динамике и в неотъемлемой связи регионального самоопределения личности с культурными, политическими, социально-экономическими и даже природными процессами.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, региональная идентичность в современной науке рассматривается преимущественно в двух контекстах: как идентичность региона и как идентичность личности с определенным регионом. В первом случае региональная идентичность становится объектом социальной географии и социологии, изучающих региональную идентичность как специфическое своеобразие географической территории в совокупности экономических, культурных, демографических и макро-социальных характеристик. Во втором случае под региональной идентичностью понимается представление личности о себе как носителя типичных для данного региона психологических черт и культурных смыслов, обусловленных природно-географическими и социально-экономическими особенностями данного региона. Рассматривая региональную идентичность как сложное явление, невозможно понять ее содержание без учета ее психологического контекста. Перспективным, по нашему мнению, является не только операционализация понятия региональной идентичности в междисциплинарном контексте, но и поиск ее базовых психологических индикаторов на уровне личности и региональных сообществ, к которым личность себя относит.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Вакарев, Е. С. (2019) Восприятие и оценка человеком природных ландшафтов (психологические аспекты) // Высшее образование для XXI века: роль гуманитарного образования в контексте технологических и социокультурных изменений : XV Межд. науч. конф., МосГУ, 14–16 ноября 2019 г. : доклады и материалы : в 2 ч. / под общ. ред. И. М. Ильинского. М. : Изд-во Моск. гуманит. ун-та. Ч. 2. 948 с. С. 306–313. URL: <http://publications.mosgu.ru/index.php/main/catalog/book/19>

Вакарев, Е. С. (2021) Региональная культура как фактор идентичности сельских и городских подростков // Молодежь в современном мире: проблемы и перспективы : сб. мат. XVII Межд. науч.-практ. интернет-конф. 25–26 марта 2021 г. / Башкирский институт социальных технологий (филиал) ОУП ВО «Академия труда и социальных отношений» — Центр ЮНЕВОК в Рос-

сийской Федерации, член сети Ассоциированных школ ЮНЕСКО. Уфа : Изд-во БИСТ (филиала) ОУП ВО «АТиСО». 270 с.

Галазова, С. С. (2014) Региональная идентичность экономического пространства // Экономические науки. №26 (115). С. 64–69.

Идентичность как предмет политического анализа (2011) : сб. ст. по итогам Всероссийской науч.-теорет. конф. (ИМЭМО РАН, 21–22 октября 2010 г.) / редколлегия сб.: И. С. Семененко (отв. редактор), Л. А. Фадеева (отв. редактор), В. В. Лапкин, П. В. Панов. М. : ИМЭМО РАН. 299 с.

Левочкина, Н. А. (2016) Региональная идентичность: понятие и сущность // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. №1–3. С. 446–453.

Максимова, Л. А., Валиев, Р. А., Руженцева, Н. Б., Валиева, Т. В. (2019) Региональная идентичность в юношеском возрасте как маркер личностной связи с территорией проживания // Психологическая наука и образование. Т. 24. № 2. С. 82–92. DOI: 10.17759/pse.2019240208

Окунев, И. Ю. (2018) Территориальная и пространственная идентичность: концептуализация базовых понятий // Сравнительная политика. Т. 9. №1. С. 18–25. DOI: 10.24411/2221-3279-2018-00002

Семененко, И. С., Лапкин, В. В., Пантин, В. И. (2010) Идентичность в системе координат мирового развития // Полис (Политические исследования). № 3. С. 40–59.

Социально-психологические исследования города (2016) / отв. ред. Т. В. Дробышева, А. Л. Журавлев. М. : Изд-во Института психологии РАН. 267 с.

Сухарев, А. В. (2008) Этнофункциональный аспект воспитания и психотерапии : учеб. пособие. М. : МПСИ. 264 с.

Agnew, J., Crobridge, S. (2002) Mastering space: hegemony, territory and international political economy. London : Routledge. 276 p. DOI: 10.4324/9780203422380

Cartier, C. (2001) Globalizing South China. Oxford : Blackwell. 338 p.

Entriikin, J. N. (2002) Democratic place-making and multiculturalism // Geografiska Annaler: Series B: Human Geography. Vol. 84–1. P. 19–25. DOI: 10.1111/j.0435-3684.2002.00110.x

Fisenko, O., Vakarev, Y., Pozina, M., Zhivitsa, O., Kargina, N. (2020) Features of the regional identity of the Crimean population // Propósitos y Representaciones. Vol. 8 (SPE3), e732. DOI: 10.20511/pyr2020.v8nSPE3.732

Geschiere, P., Meyer, B. (2002) Globalization and identity: dialectics of flow and closure // Development and Change. Vol. 29. P. 601–615. DOI: 10.1111/1467-7660.00092

Haartsen, T., Groote, P., Huigen, P. (2003) Measuring age differentials in representations of rurality in the Netherlands // Journal Rural Studies. Vol. 19. P. 245–252. DOI: 10.1016/s0743-0167(02)00045-1

Herb, G. H., Kaplan, D. H. (1999) Nested identities; nationalism, territory, and scale // GeoJournal. Vol. 48. P. 342–344. DOI: 10.1023/A:1007052321131

Hogg, M., Terry, D. (2000) Social identity and self-categorization processes in organizational contexts // The Academy of Management Review. Vol. 25. No. 1. P. 121–140.

Keith, M., Pile, S. (2016) Place and the politics of identity. London : Routledge. 244 p.

Lalli, M. (1992). Urban-related identity: theory, measurement and empirical findings // Journal of Environmental Psychology. Vol. 12. P. 285–303.

McDowell, L. (1999) Gender, identity, and place: Understanding feminist geographies. Minneapolis : University of Minnesota Press. 284 p. DOI: 10.15299/local.2015.11.5.181

McSweeney, B. (1999) Security, identity and interests: A sociology of international relations. Cambridge : Cambridge University Press. 239 p. (Cambridge Studies in International Relations, 69). DOI: 10.1017/CBO9780511491559

Morgan, F. W. (1939) Three aspects of regional consciousness // Sociological Review. Vol. 31. P. 68–88.

Pohl, J. (1993) Regionalbewußtsein als Thema der Sozialgeographie. Theoretische Überlegungen and empirische Untersuchungen am Beispiel Friaul München. 276 s. (Münchner Geographische Hefte).

Raagmaa, G. (2002) Regional identity in regional development and planning // *European Planning Studies*. Vol. 10–1. P. 55–76. DOI: 10.1080/09654310120099263

Rose, G. (1995) Place and identity: A sense of place. Places, cultures and globalization // *A place in the world? Place, culture and globalization* / ed. by D. Massey, P. Jess. Oxford : Oxford University Press. 210 p.

Simonsen, K. (2007) Practice, spatiality and embodied emotions: an outline of a Geography of practice // *Human Affairs*. Vol. 17. No. 2. P. 168–181. DOI: 10.2478/v10023-007-0015-8

Sletto, B. (2002) Boundary making and regional identities in a globalised environment: rebordering the Nariva Swamp, Trinidad // *Society and Space*. Vol. 20. No. 2. P. 183–208. DOI: 10.1068/d325

Yorgason, E. (2002) Creating regional identity, moral orders and spatial contiguity: Imagined landscapes of Mormon Americanization // *Cultural Geographies*. Vol. 9. No. 4. P. 448–466.

Дата поступления: 25.02.2021 г.

PROBLEMS OF UNDERSTANDING REGIONAL IDENTITY

E. S. VAKAREV

MOSCOW UNIVERSITY FOR THE HUMANITIES; MOSCOW CITY UNIVERSITY

The article is devoted to the consideration of the issue of understanding regional identity as a complex socio-psychological and sociocultural phenomenon. The main points of view on the problem of regional identity in social geography, economics, sociology and psychology are considered. In a broad sense, regional identity is understood as the specific originality of a geographic territory in the aggregate of economic, cultural, demographic and macrosocial characteristics. As a subjective characteristic, regional identity can be understood as a person's idea of oneself, as a carrier of psychological traits and cultural meanings typical for a given region, conditioned by the natural-geographical and socio-economic characteristics of the region. It is shown that the formation of regional identity is influenced by various factors, such as the length of stay, personal life experience in a particular region, family, friendships and work relations, as well as a person's ownership of real estate in this territory and the level of unwillingness to leave the region. The necessity of differentiating the concepts of "region's identity" as a characteristic of a territory and "regional identity" as a characteristic of a person has been proved. It is proposed to consider regional identity in connection with the socio-psychological characteristics of the individual and in the context of understanding the territory as a socio-psychological space.

Keywords: regional identity; region's identity; identity; regional consciousness; territory; socio-psychological space

REFERENCES

Vakarev, E. S. (2019) *Vospriatie i otsenka chelovekom prirodnykh landshaftov (psikhologicheskie aspekty)*. In: *Vysshee obrazovanie dlia XXI veka: rol' gumanitarnogo obrazovaniia v kontekste tekhnologicheskikh i sotsiokul'turnykh izmenenii* : The 15th International Research Conference, Moscow University for the Humanities, November 14–16, 2019 : Proceedings : in 2 parts / ed. by I. M. Ilinskiy. Moscow, Moscow University for the Humanities Publ. Part 2. 948 p. Pp. 306–313. (In Russ.). Available at: <http://publications.mosgu.ru/index.php/main/catalog/book/19>

Vakarev, E. S. (2021) *Regional'naia kul'tura kak faktor identichnosti sel'skikh i gorodskikh podrostkov*. In: *Molodezh' v sovremennoe mire: problemy i perspektivy* : The 17th International Research-to-Practice Online Conference, March 25–26, 2021. Ufa, BIST (Branch), ATiSO. 270 p. (In Russ.).

Galazova, S. S. (2014) *Regional'naia identichnost' ekonomicheskogo prostranstva. Ekonomicheskie nauki*, no. 26 (115), pp. 64–69. (In Russ.).

Identichnost' kak predmet politicheskogo analiza (2011) : Proceedings of the All-Russian conference (MEMO RAS, 21–22 October, 2010) / ed. by I. S. Semenenko, L. A. Fadeeva, V. V. Lapkin and P. V. Panov. Moscow, MEMO RAS. 299 p. (In Russ.).

- Levochkina, N. A. (2016) Regional'naia identichnost': poniatie i sushchnost'. *Mezhdunarodnyi zhurnal prikladnykh i fundamental'nykh issledovaniï*, no. 1–3, pp. 446–453. (In Russ.).
- Maksimova, L. A., Valiev, R. A., Ruzhentseva, N. B. and Valieva, T. V. (2019) Regional'naia identichnost' v iunosheskom vozraste kak marker lichnostnoi svyazi s territoriei prozhivaniia. *Psikhologicheskaiia nauka i obrazovanie*, vol. 24, no. 2, pp. 82–92. (In Russ.). DOI: 10.17759/pse.2019240208
- Okunev, I. Iu. (2018) Territorial'naia i prostranstvennaia identichnost': kontseptualizatsiia bazovykh poniatii. *Sravnitel'naia politika*, vol. 9, no. 1, pp. 18–25. (In Russ.). DOI: 10.24411/2221-3279-2018-00002
- Semenenko, I. S., Lapkin, V. V. and Pantin, V. I. (2010) Identichnost' v sisteme koordinat mirovogo razvitiia. *Polis. Politicheskie issledovaniia*, no. 3, pp. 40–59. (In Russ.).
- Sotsial'no-psikhologicheskie issledovaniia goroda* (2016) / ed. by T. V. Drobysheva and A. L. Zhuravlev. Moscow, Publ. House of the Institute RAS. 267 p. (In Russ.).
- Sukharev, A. V. (2008) *Etnofunktional'nyi aspekt vospitaniia i psikhoterapii* : A study guide. Moscow, MPSI Publ. 264 p. (In Russ.).
- Agnew, J. and Crobridge, S. (2002) *Mastering space: hegemony, territory and international political economy*. London : Routledge. 276 p. DOI: 10.4324/9780203422380
- Cartier, C. (2001) *Globalizing South China*. Oxford : Blackwell. 338 p.
- Entrikin, J. N. (2002) Democratic place-making and multiculturalism. *Geografiska Annaler: Series B: Human Geography*, vol. 84–1, pp. 19–25. DOI: 10.1111/j.0435-3684.2002.00110.x
- Fisenko, O., Vakarev, Y., Pozina, M., Zhivitsa, O. and Kargina, N. (2020) Features of the regional identity of the Crimean population. *Propósitos y Representaciones*, vol. 8 (SPE3), e732. DOI: 10.20511/pyr2020.v8nSPE3.732
- Geschier, P. and Meyer, B. (2002) Globalization and identity: dialectics of flow and closure. *Development and Change*, vol. 29, pp. 601–615. DOI: 10.1111/1467-7660.00092
- Haartsen, T., Groote, P. and Huigen, P. (2003) Measuring age differentials in representations of rurality in the Netherlands. *Journal Rural Studies*, vol. 19, pp. 245–252. DOI: 10.1016/s0743-0167(02)00045-1
- Herb, G. H. and Kaplan, D. H. (1999) Nested identities; nationalism, territory, and scale. *Geo-Journal*, vol. 48, pp. 342–344. DOI: 10.1023/A:1007052321131
- Hogg, M. and Terry, D. (2000) Social identity and self-categorization processes in organizational contexts. *The Academy of Management Review*, vol. 25, no. 1, pp. 121–140.
- Keith, M. and Pile, S. (2016) *Place and the politics of identity*. London, Routledge. 244 p.
- Lalli, M. (1992). Urban-related identity: theory, measurement and empirical findings. *Journal of Environmental Psychology*, vol. 12, pp. 285–303.
- McDowell, L. (1999) *Gender, identity, and place: Understanding feminist geographies*. Minneapolis : University of Minnesota Press. 284 p. DOI: 10.15299/local.2015.11.5.181
- McSweeney, B. (1999) *Security, identity and interests: A sociology of international relations*. Cambridge : Cambridge University Press. 239 p. (Cambridge Studies in International Relations, 69). DOI: 10.1017/CBO9780511491559
- Morgan, F. W. (1939) Three aspects of regional consciousness. *Sociological Review*, vol. 31, pp. 68–88.
- Pohl, J. (1993) Regionalbewußtsein als Thema der Sozialgeographie. Theoretische Überlegungen und empirische Untersuchungen am Beispiel Friaul. München. 276 S. (Münchner Geographische Hefte). (In Germ.).
- Raagmaa, G. (2002) Regional identity in regional development and planning. *European Planning Studies*, vol. 10–1, pp. 55–76. DOI: 10.1080/09654310120099263
- Rose, G. (1995) Place and identity: A sense of place. Places, cultures and globalization. In: *A place in the world? Place, culture and globalization* / ed. by D. Massey and P. Jess. Oxford : Oxford University Press. 210 p.
- Simonsen, K. (2007) Practice, spatiality and embodied emotions: an outline of a Geography of practice. *Human Affairs*, vol. 17, no. 2, pp. 168–181. DOI: 10.2478/v10023-007-0015-8

- Sletto, B. (2002) Boundary making and regional identities in a globalised environment: rebordering the Nariva Swamp, Trinidad. *Society and Space*, vol. 20, no. 2, pp. 183–208. DOI: 10.1068/d325
- Yorgason, E. (2002) Creating regional identity, moral orders and spatial contiguity: Imagined landscapes of Mormon Americanization. *Cultural Geographies*, vol. 9, no. 4, pp. 448–466.

Submission date: 25.02.2021.

Вакарев Евгений Семенович — кандидат психологических наук, доцент, доцент кафедры общей, социальной психологии и истории психологии Московского гуманитарного университета. Адрес: 111395, г. Москва, ул. Юности, 5. Тел.: +7 (499) 374-70-14. Эл. адрес: evakarev@mosgu.ru. SPIN-код РИНЦ: 4826-1902; ORCID: 0000-0002-8543-7935.

Vakarev Evgeniy Semenovich, Candidate of Psychology, Associate Professor, Department of General, Social Psychology and History of Psychology, Moscow University for the Humanities. Postal address: 5, Yunosti St., 111395 Moscow, Russian Federation. Tel.: +7 (499) 374-70-14. E-mail: evakarev@mosgu.ru. SPIN-code RSCI: 4826-1902; ORCID: 0000-0002-8543-7935.