

## **ПРОБЛЕМЫ ИЗМЕРЕНИЯ И ПОСТРОЕНИЯ ИНДЕКСА НАЦИОНАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ТЕРРИТОРИИ КАК УПРАВЛЕНЧЕСКОЙ МЕТРИКИ**

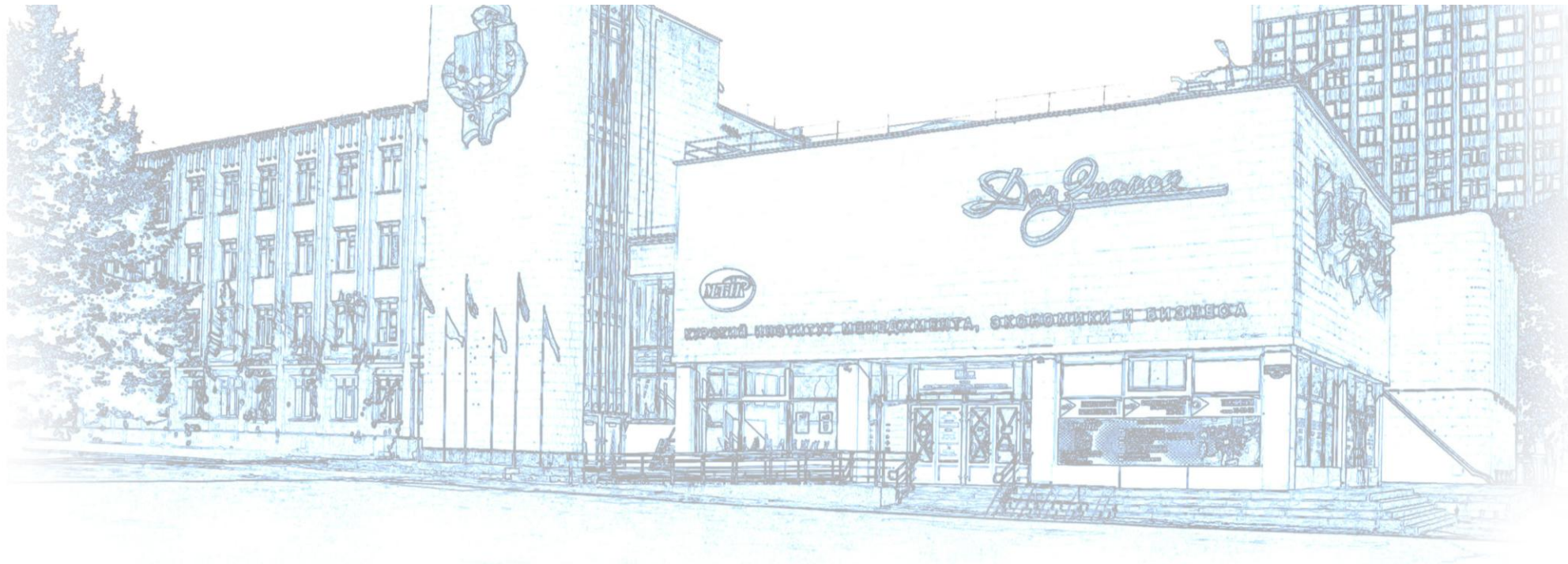
*Рашидов Олег Ибрагимович,*

*к.э.н., доцент ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»*

*Рашидова Ирина Александровна,*

*к.э.н., доцент ЧОУ ВО «Курский институт менеджмента, экономики и бизнеса»*

**Курск-2026**



# Сравнительный анализ определений понятия "Национальная идентичность территории"

Таблица 1. Три основных подхода к определению

Критерий сравнения	Политико-юридический (государствоцентричный)	Социокультурный (конструктивистский)	Экономико-географический (пространственный / ресурсный)
<b>Ключевые представители</b>	О.М. Рой (Россия), Б. Андерсон, П. Бергер и Т. Лукман, М. Бассин	В.А. Тишков, М.В. Назукина, Я. Ассман, П. Нора, Ф. Барт, О.-Р. Илован и М. Истрате	Р. Копелло (Италия), А.Г. Гранберг, М. Портер, Д.Л. Хилханов
<b>Суть определения</b>	Идентичность как лояльность граждан институтам государства и общему правовому полю. О.М. Рой определяет национальную идентичность как «возможность объединения национально-этнических и территориальных сообществ в единую общность с осознанием принадлежности к одной нации» .	Идентичность как «воображаемое сообщество» (Б. Андерсон, 2016); процесс конструирования через «места памяти» (П. Нора, 1999) и культурную память (Я. Ассман, 2004) . О.Р.Илован и М.Истрате определяют территориальную идентичность как «реляционное, динамичное и партисипаторное понятие, конституируемое как пространственно, так и социально» .	Идентичность как нематериальный актив территории. Р. Копелло интерпретирует территориальную идентичность как «экономический актив, нематериальный актив территории» . Д.Л. Хилханов вводит понятие «производственной ниши» как основы этнической идентичности .
<b>Ключевой актор</b>	Государство (центр) и его региональные органы власти.	Элиты, интеллигенция, медиа, локальные сообщества. М.В. Назукина выделяет «стратегический уровень» — «сознательное "изобретение" и использование региональной уникальности (символическая политика, "изобретение традиций", политика идентичностей региональных элит)» .	Бизнес, инвесторы, туристы, региональные кластеры.
<b>Главный механизм</b>	Конституционное закрепление, единые стандарты образования, паспортизация.	Символическая политика, создание «мест памяти», фольклоризация. М.В. Назукина (Пермский госуниверситет) описывает «культурный уровень» идентичности как «характеристики региональной уникальности, которые можно описать формулой "о чем жители региона думают как о чем-то общем для всех"» .	Капитализация локальной уникальности, создание брендов территорий. Э. Панзера определяет территориальную идентичность как «восприятие сходства, которое чувствуют и испытывают жители определенной территории» .
<b>Пример определения</b>	«Национальная идентичность территории — это степень совпадения культурных границ сообщества с административными границами региона и государства».	Ф. Барт (теория этнических границ): идентичность формируется на границах взаимодействия между группами, где актуализируются «диакритики» различия . М.П. Крылов разрабатывает понятие «вернакулярных (народных) районов» .	М. Портер (теория конкурентных преимуществ кластеров): идентичность как фактор снижения транзакционных издержек за счет доверия.
<b>Слабость для управления</b>	Игнорирует локальное разнообразие, приводит к унификации. О.М. Рой обращает внимание на «угрозу глокализации, способствующей размыванию духовной общности политического объединения» .	Сложно измерить; риск мифотворчества без экономического базиса.	Риск коммодификации (продажи всего подряд), потеря аутентичности.

Таблица 2 – Группы методов измерения национальной идентичности

Уровень измерения	Метод	Что измеряет	Пример из практики
<b>Когнитивный (Что знают?)</b>	Ассоциативные эксперименты, тест «субъективной дефиниции»	Наполненность концепта «родина», знание символов и истории	Методика Данилова - анализ вербальных реакций на основе 20 категорий территориальной идентичности
<b>Аффективный (Что чувствуют?)</b>	Шкалы Лайкерта, семантический дифференциал	Гордость, стыд, привязанность, готовность платить налоги	Индекс удовлетворенности Воробьевой-выявление практических индикаторов измерения эмоционального и деятельностного (поведенческого) компонентов идентичности. Все индикаторные вопросы измеряются по классической порядковой шкале; ответам респондентов присваиваются следующие шкальные значения: «Да» — 5; «Скорее да» — 4; «Затрудняюсь ответить» — 3; «Скорее нет» — 2; «Нет» — 1.
<b>Поведенческий (Что делают?)</b>	Анализ миграционной статистики, волонтерской активности, краудфандинга (способа привлечения капитала)	Реальные практики (участие в субботниках, донаты на локальные проекты)	Разрыв между «любовью к городу» и нежеланием оставлять там детей

Учитывая обозначенные проблемы, становится очевидным, что попытка свести идентичность к одному числу (индексу в узком смысле) обречена на провал. Однако это не означает отказа от количественного измерения как такового. Речь должна идти о построении **многомерного профиля идентичности территории**, который включает три относительно независимых измерения.

### **1. Когнитивное измерение (Что знают? Что помнят?)**

Измеряет насыщенность и структурированность представлений о территории. Инструменты:

- Тест «субъективной дефиниции» (закончить предложение «Моя родина — это...») с последующим контент-анализом.
- Опрос на знание локальных символов, исторических событий, топонимов.
- Ассоциативные эксперименты (назвать 5 ассоциаций со словом «родной край»).

**Индикатор:** доля респондентов, способных дать развернутое, содержательное определение (не менее 3 смысловых единиц).

### **2. Аффективное измерение (Что чувствуют?)**

Измеряет эмоциональную привязанность, гордость, стыд, готовность к солидарным действиям. Инструменты:

- Шкалы Лайкерта («Я горжусь историей моего региона» от 1 до 5).
- Семантический дифференциал (оценка региона по шкалам «привлекательный — отталкивающий», «свой — чужой»).
- Измерение миграционных настроений («Хотели бы вы уехать насовсем?»).

**Индикатор:** индекс миграционной привязанности (доля желающих остаться минус доля желающих уехать).

### **3. Поведенческое измерение (Что делают?)**

Измеряет реальные практики, свидетельствующие об идентичности. Инструменты:

- Участие в локальных сообществах (ТОС, волонтерство, субботники).
- Потребительское поведение (готовность платить больше за локальные бренды).
- Донаты на локальные проекты (краудфандинг, благотворительность).

**Индикатор:** индекс локальной экономической активности (доля расходов на локальные товары и услуги).

В итоге предлагаемый индекс национальной идентичности территории (ИИТ) представляет собой не скалярную величину, а вектор:

$$\text{ИИТ}_T = (\text{Когн}_T, \text{Афф}_T, \text{Пов}_T)$$

, каждый компонент которого нормирован от 0 до 1.

В зависимости от целей управления приоритет может отдаваться разным компонентам:

- для экономики впечатлений и туризма — когнитивный (узнаваемость, знание символов,  $\text{Когн}_T$ );
- для миграционной политики важнее аффективный компонент (чувство привязанности,  $\text{Афф}_T$ );
- для гражданского активизма — поведенческий (реальное участие,  $\text{Пов}_T$ ).

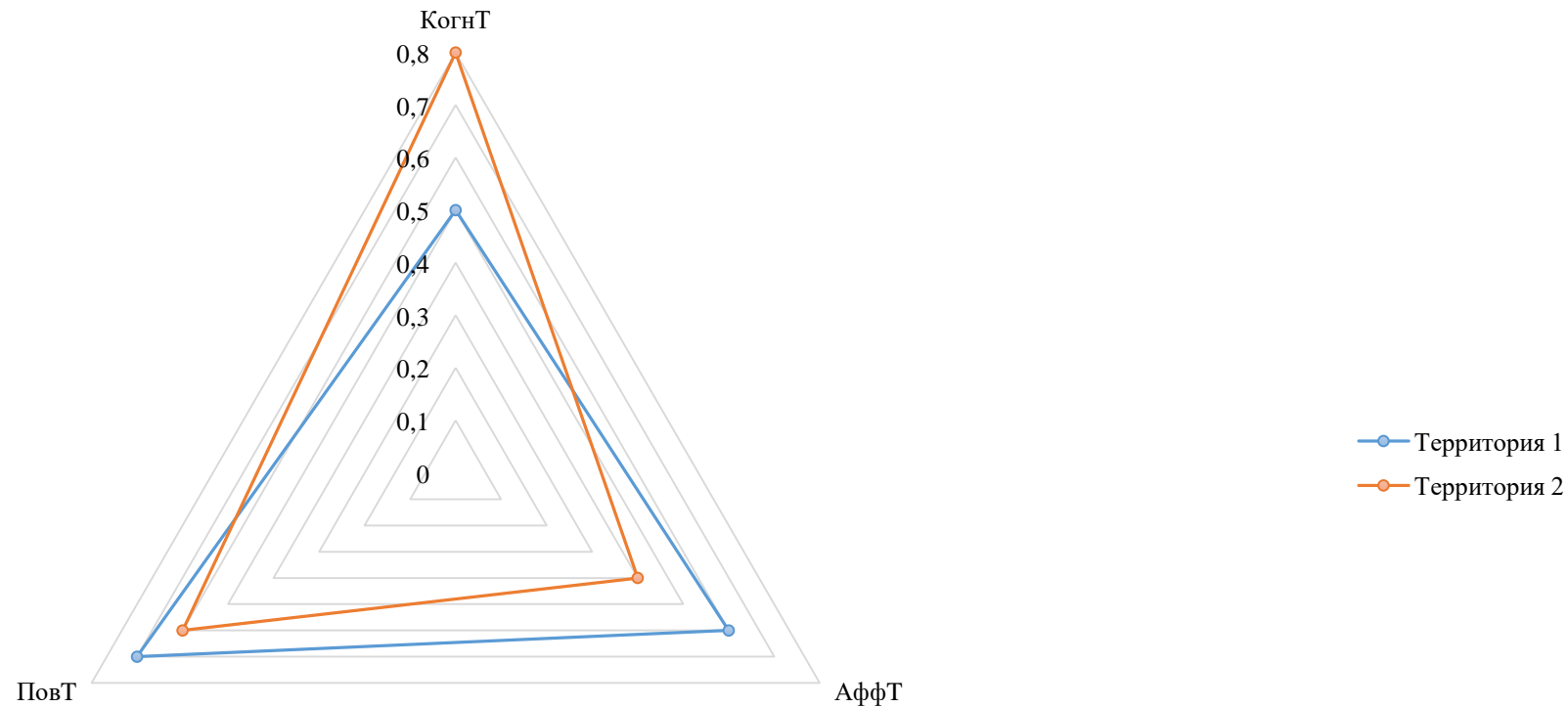


Рисунок 1 – Диаграмма сравнительного анализа индексов национальной идентичности территорий

Представленный способ визуализации индекса позволяет выявить приоритеты для принятий управленческих решений.

Спасибо за внимание!