



КУЛЬТУРОЛОГИЯ CULTUROLOGY

УДК 008:304.4

РЕГИОНАЛЬНОЕ ИЗМЕРЕНИЕ РОССИЙСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ: МЕЖДУ КУЛЬТУРОЙ И ЭКОНОМИКОЙ¹

Малыгина Ирина Викторовна, доктор философских наук, профессор, Московский государственный лингвистический университет (г. Москва, РФ). E-mail: irinamalygina@yandex.ru

Статья посвящена феномену региональной идентичности, культурному и экономическому контекстам ее формирования. Рассматриваются причины актуализации региональной идентичности в постсоветской России. В их числе выделяются особенности культурно-исторической динамики и этногенеза, обусловивших формирование региональной специфики уже на ранних этапах развития государства, а также социально-политические реформы, состоявшиеся в его новейшей истории. Анализируется феномен кризиса российской идентичности, проявившийся после распада СССР в усложнении ее контуров и расширении границ. Выделены два разнонаправленных вектора динамики российской идентичности в постсоветский период: с одной стороны, в сторону расширения ее оснований и формирования транснациональной (цивилизационной) идентичности, а, с другой стороны, – в сторону локализации оснований идентичности и актуализации локальных, партикулярных оснований социальной консолидации и идентификации. Автор полагает, что данные тенденции соответствуют общемировым трендам динамики этнокультурной идентичности в условиях глобализации. Вместе с тем каждый из описанных процессов отличается выраженной национальной спецификой. Аргументируется точка зрения, согласно которой активное развитие локальных/региональных форм идентичности в постсоветской России явилось своеобразной «сублимацией» поисков оснований социальной консолидации в культурно-символическую среду территориальных локусов в ситуации кризиса самоопределения. Предложена авторская интерпретация феномена «культурная среда региона», показано, что в отличие от «культурного пространства», которое открыто, «центробежно» и лишено единого ценностно-смыслового центра (ядра), культурная среда, напротив, центростремительна, локализована, «стягивается» к некоему культурному ядру – системе ценностей, символов, культурных кодов, конвенциональных, разделяемых и одинаково значимых для данного регионального сообщества. Все российские регионы с большей или меньшей амплитудой балансируют в диапазоне «локальное» – «глобальное», и это «устойчивое неравновесие» и бифуркационные расслоения «в свернутом виде» в потенции содержат конфликт двух моделей социокультурной динамики – традиционности и модернизации. Это обстоятельство побуждает анализировать феномен региональной идентичности во взаимосвязи примордиальных и конструктивистских контекстов, культурных и экономических детерминант ее формирования на современном этапе. Диалектика культурных и экономических факторов регионального развития и формирования локальных форм идентичности представлены сквозь призму концепций «культурного поворота», «новой экономической географии», «экономики впечатлений» и «экономики желаний».

Ключевые слова: российская идентичность, региональная идентичность, глобализация, локализация, динамика идентичности, культурная среда, культурный поворот, новая экономическая география, культурные индустрии, символические ресурсы, территориальный бренд, экономика впечатлений, экономика желаний, пост-культура.

¹ Статья подготовлена при поддержке гранта РГНФ (РФФИ) №15-03-00797.

REGIONAL DIMENSION OF THE RUSSIAN IDENTITY: BETWEEN CULTURE AND ECONOMICS

Malygina Irina Viktorovna, Dr of Philosophical Sciences, Professor, Moscow State Linguistic University (Moscow, Russian Federation). E-mail: irinamalygina@yandex.ru

The article is devoted to the phenomenon of regional identity, cultural and economic contexts of its formation. The reasons of actualization of regional identity in post-Soviet Russia are considered. Among them are the features of cultural and historical dynamics and ethnogenesis, which led to the formation of regional specifics already at the early stages of the development of the state, as well as the socio-political reforms that took place in its recent history. The phenomenon of the crisis of Russian identity, which was manifested after the collapse of the USSR in the complication of its contours and the expansion of borders, is analyzed. Two different vectors of the dynamics of Russian identity are singled out in the post-Soviet period: on the one hand, to expand its foundations and form a transnational (civilizational) identity, and, on the other hand, to localize the grounds for identity and actualization of local, particularly grounds for social consolidation and identification. The author believes that these trends correspond to global trends in the dynamics of ethno-cultural identity in the context of globalization. At the same time, each of the described processes differs the expressed national specificity. The point of view is argued that the active development of local/regional forms of identity in post-Soviet Russia was a kind of “sublimation” of searching for grounds for social consolidation in the cultural and symbolic environment of territorial loci in a situation of self-determination crisis. The dialectic of cultural and economic factors of regional development and the formation of local forms of identity are represented through the prism of the concepts of “cultural turn,” “new economic geography,” “impression economy” and “desire economy.”

Keywords: Russian identity, regional identity, globalization, localization, identity dynamics, cultural environment, cultural turn, new economic geography, cultural industries, symbolic resources, territorial brand, impression economy, desire economy, post-culture.

Регионализация российского политического, экономического и культурного пространства – отчетливо наблюдаемый тренд новейшей отечественной истории, стимулировавший исследования различных аспектов региональной проблематики.

Актуализация регионального фактора в социокультурной динамике постсоветской России была обусловлена рядом причин. С одной стороны, это причины, обусловленные особенностями российской истории и этногенеза. Территориальная протяженность и ландшафтно-климатическое разнообразие российского пространства исторически стимулировали рост культурной неоднородности и в процессе этногенеза способствовали не столько формированию культурного единства различных частей российского народа, сколько их культурной дифференциации. К тому же Россия с момента своего рождения как государственное образование отличалась этническим, а соответственно и культурным многообразием. Уже в IX веке Древнюю Русь населяли более 20 различных народов, в том числе и неславянские: угро-финны,

балты, тюрки, иранцы [11, с. 20]. Но и славянские народы не обладали абсолютным культурным единством, о чем свидетельствует, к примеру, мозаичность языческой мифологии восточных славян. Как отмечает И. В. Кондаков, помимо того, что она «была крайне несистематизированной, расплывчатой, неустойчивой», а «языческие сюжеты... еще окончательно не сложились в какую-либо каноническую версию, рассыпаясь по бесчисленным вариантам общеславянского мифа», отличалась к тому же *выраженной региональной вариативностью* и, что особенно важно, «существовала не столько в вербализованном виде, то есть в форме сказаний, эпических песен, космогонических повествований, словесного искусства и предфилософии, сколько жила, практически – в обрядах и ритуалах, в образе жизни, в первобытной магии, в действиях и поступках людей, в природном календаре» [8, с. 78], определяя, в итоге, региональную культурную специфику.

С другой же стороны, сублимация основной социальной консолидации населения страны

в ее новейшую историю в сторону ее локальных/территориальных/региональных форм была обусловлена особенностями политического реформирования государства после внезапного распада Советского Союза, отсутствием внятного проекта нового российского государства, деформацией сложившихся за советский период идентификационных стратегий и поиском новых оснований социальной солидарности.

На фоне кризиса государственной идентичности, упразднения самоидентификата «советский», поиск новых оснований самоопределения оформился в российском обществе в две доминирующие тенденции (по существу совпадающие с общемировыми процессами). С одной стороны, под воздействием глобализационных интенций (причиной которых, по некоторым оценкам, явился именно распад Советского Союза, а вместе с ним и двуполярного мирового порядка) вектор динамики российской идентичности оказался направленным в транснациональное поле; с другой стороны, произошла актуализация локальных, партикулярных оснований идентичности. На российской почве эти тенденции развивались, по существу, в русле традиционного для отечественной культуры и самосознания противоречия между желанием утвердиться как органичной части западной, точнее, западноевропейской цивилизации и стремлением обосновать преимущество и самобытность российского пути и отечественной культуры.

Анализируя первую тенденцию, важно помнить, что опыт вхождения России в глобальное пространство уникален, отличен от большинства западных стран. Для нашей страны этот процесс не был поступательным и органичным: после окончания холодной войны и падения железного занавеса Россия, переставшая быть мощным единым государством, в ее новом государственном статусе оказалась «вброшенной» в глобализирующееся мировое пространство, где ей только еще предстояло осознать свой новый статус, обрести геополитическую определенность и новую цивилизационную идентичность.

По прошествии четверти века проблема цивилизационной идентичности России – в том смысле, в котором понимал цивилизацию С. Хантингтон: как «наивысшую культурную общность людей и самый широкий уровень культурной

идентификации» [13, с. 51], – остается открытой и широко дискутируемой, а появляющиеся объяснительные модели и идентификационные стратегии («Россия – не Европа», «Россия – альтернативная Европа», актуализация евразийской проекции самоопределения) свидетельствуют о том, что цивилизационная идентичность России по-прежнему не сформирована и говорить о ней следует, вероятно, как о тенденции, не имеющей выраженного вектора.

Сложности цивилизационного самоопределения России стимулировали актуализацию локальных, прежде всего, этнических оснований идентичности бывших советских народов. В целом «этническим ренессансом», который стал оборотной и не вполне ожидаемой стороной глобализации, отмечен рубеж XX–XXI веков. Однако в России рост этнических настроений на фоне государственно-политического кризиса середины 80-х – начала 90-х годов был обусловлен не столько возвратом к традиционным ценностям этнических культур, сколько стремлением элит с помощью этнонациональной риторики отмежеваться друг от друга. «Парад суверенитетов» стал эффективным средством достижения политической власти и экономических предпочтений элитами ряда российских регионов, послужил развитию федеративных отношений, которые в значительной мере явились уступкой центра национальным элитам республик в условиях серьезных деформаций «солидаристских ценностей» [5, с. 23].

В результате именно регионы в России постепенно обрели статус не просто субъектов федерации, но «единиц выживания»: в региональной проекции осуществляется социально-экономическое развитие страны, разворачиваются «траектории кризисов и экономического роста» [12, с. 6].

При всем многообразии региональных моделей развития и сценариев регионального неравенства общая черта социокультурной динамики регионов заключается в ее нелинейности, в одновременном развертывании разнонаправленных векторов.

Прежде всего это локальный (центробежный) уровень функционирования региона, который характеризуется воспроизводством местных культурных традиций. Именно благодаря этому культурная среда региона предстает как простран-

ство формирования базовых идентичностей человека, ментального и экзистенциального комфорта, интеграция в которое делает человека носителем определенного этноментального опыта, культурной памяти и гарантирует ему столь необходимое ощущение укорененности и принадлежности.

«Культурная среда» – понятие, относительно недавно вошедшее в научный оборот, к сегодняшнему дню не оформилось как категория или концепт социально-гуманитарного знания. Стремления дефинировать данное понятие, определить его смыслообразующие границы, содержательные параметры и структурные компоненты представляют значительную исследовательскую сложность. Обращение к термину «культурная среда» ассоциативно «отправляет» к более устоявшимся и освоенным научной риторикой понятиям «социальная среда» и «природная среда». В своем единстве (нередко конфликтном) данные лексические конструкты используются для обозначения основных составляющих среды обитания и самоосуществления человека. Этот посыл можно считать основополагающим импульсом исследования культурной среды, базовой характеристики которой является ее *антропоцентричность*.

Культурная среда – феномен со сложной структурой, в которой можно выделить, по крайней мере, три уровня: *материальный*, включающий в себя свойственные для данного региона (территории, локуса) типы хозяйствования/экономики (ядром которых является производство материальных благ), инфраструктуру, архитектурные сооружения и т. д.; *социальный*, под которым подразумевается система социальных институтов, сфера социальных отношений, социальные механизмы культурной преемственности, образ жизни, демографический и этнический состав местного сообщества и т. п.; *ценностно-символический*: местные верования, языки и диалекты, а также культурная традиция, обеспечивающая воспроизводство образа жизни, ментальные и экзистенциально-антропологические характеристики местного населения, исторические факты и имена, зафиксированные коллективной памятью местного сообщества, иные символы – проводники и реликты прошлого, формирующие образы идентичности и консолидирующие местное сообщество в историческом континууме.

В содержательном плане понятие культурной среды выражает конкретные условия культурно-

го производства и воспроизводства, сохранения, развития и функционирования культуры, взятых в определенных исторических и *социопропространственных* границах. Вместе с тем, в отличие от *культурного пространства*, которое открыто и лишено единого смыслового центра (ядра), *культурная среда*, напротив, центрирована, локализована, «стягивается» к некоему культурному ядру – системе ценностей, символов, культурных кодов, конвенциональных (разделяемых и одинаково значимых) для данного регионального сообщества.

Но существует и прямо противоположный – центробежный вектор социокультурной динамики региона: как территориальная единица национального государства, заинтересованного в достижении преимуществ в глобальной конкуренции, регион (в лице региональных элит, местных бизнес-структур и пр.) ориентирован на модернизационную модель социокультурной динамики.

Конечно, все российские регионы с большей или меньшей амплитудой балансируют в диапазоне «локальное» – «глобальное», и это «устойчивое неравновесие» и бифуркационные расслоения «в свернутом виде», в потенции содержат конфликт двух моделей социокультурной динамики – традиционности и модернизации, который имеет одинаковые шансы стать как зоной риска, так и точкой роста.

Именно поэтому устойчивое развитие регионов рассматривается как важнейшее условие модернизации России. В свою очередь выработка моделей устойчивого развития, адекватных специфике конкретных регионов, становится приоритетной целью региональных политик.

Между тем и концепция «устойчивого развития», и само понятие устойчивости – весьма неустойчивы, их смысловые границы подвижны и зависимы как от внутренних региональных факторов и ресурсов, так и от динамики общенационального и глобального экономического, экологического, социокультурного контекстов, что делает региональную проблематику объектом междисциплинарных исследований. И если проблемы региональной культуры и идентичности давно находятся в фокусе отечественных культурологических исследований, то обсуждение иных, в том числе, экономических контекстов региональной проблематики носит факультативный

характер – культурологи по-прежнему неохотно говорят о культуре в терминах экономической целесообразности. И не потому, что своеобразный «экономический поворот» в описании и конструировании культурной реальности, который произошел в постперестроечной России и изменил представления о «социальной полезности» культуры, остался незамеченным. В условиях новой рыночной экономики культура была объявлена товаром или услугой. Ее ценность определяется теперь не столько собственно ценностным фондом или масштабом «собственных имен» отечественной культуры, и даже не сиюминутными или отложенными социальными эффектами. Ценность культуры оказывается измеримой в денежных эквивалентах. И если массовое сознание с новой реальностью примирилось достаточно быстро, то в сфере отечественного социально-гуманитарного знания этот «экономический поворот» до сих пор адаптирован слабо.

Вместе с тем авторы зарубежных и российских *экономических* теорий все чаще акцентируют внимание на потенциале социальных и культурных факторов в достижении экономических эффектов. Данная тенденция в некоторых западных социогуманитарных исследованиях обозначена как «культурный поворот» (cultural turn) [3, с. 33–44].

Таким образом, пока теоретики и практики культуры пребывали в оцепенении, явно или «по умолчанию» продолжали культивировать право культуры на свободу от любого рода «экономических обременений», западные и отечественные экономисты уверенно осваивали новое для себя пространство, создавали объяснительные модели, оттачивали экономические механизмы и маркетинговые технологии, посредством которых стало возможно использование культуры в качестве своеобразной «служебной функции», ресурса и инструмента решения внешних по отношению к самой культуре социально-экономических проблем.

Применительно к региональной проблематике интерес представляет получившая в последнее десятилетие широкую популярность концепция «новой экономической географии» П. Кругмана – теория, в которой автор сформулировал достаточно простую объяснительную модель закономерностей пространственного развития, вы-

делив две группы факторов, взаимодополнительность которых рассматривается как необходимое и достаточное условие устойчивого экономического развития территории.

Факторы «первой природы» (термин П. Кругмана), что совершенно очевидно, – это *собственно географические* параметры развития территории: наличие природных ресурсов, географическое положение, в том числе степень близости/отдаленности по отношению к траекториям глобальной торговли. Эти факторы существуют как данность и, в зависимости от их качества, «сообщают» данной территории определенные конкурентные экономические преимущества или риски. Что же касается факторов «второй природы», то их наличие и качество всегда и обязательно социально обусловлены: это агломерационный эффект (плотность населения), человеческий капитал (образование, здоровье, трудовые мотивации, мобильность и адаптивность населения), система институтов, стимулирующих развитие бизнеса и предпринимательской активности, способствующих мобильности населения и распространению инноваций; развитая инфраструктура [6, с. 59]. Наличие и уровень развития факторов первой и второй природы определяют, как полагает автор теории, динамику регионального неравенства и конкурентные преимущества территорий (регионов).

При всей эвристичности данной концепции, в которой экономическое развитие региона поставлено в зависимость от широкого социального контекста, в ней «фигурой умолчания» оказались *культурные* факторы пространственного, в том числе, регионального развития.

Между тем феномен пространства в характеристиках ресурсной обеспеченности, с одной стороны, и ценностно-символических доминант и этноментальных особенностей местной культуры, с другой, – далеко не всегда и совершенно не обязательно равны друг другу с точки зрения логики социально-экономического развития и культурно-исторической динамики. Обширность, географическая и культурная неоднородность российского пространства, традиционно культивируемые в отечественной общественной мысли, сакрализуемые в национальном самосознании и этноментальном опыте народа, нередко оказываются значительным препятствием к осуществле-

нию социально-экономических реформ. Указывая на это обстоятельство, отечественный экономист А. И. Трейвиш замечает: «Реформаторы пытались опередить время, но увязли в пространстве» (цит. по [5, с. 58]).

Если согласиться с мнением, что все известные в отечественной истории попытки модернизации России «упирались в барьеры, обусловленные ее огромной территорией» [6, с. 58], то следует признать и то, что именно культурные барьеры могут поставить под сомнение модернизационный успех России в ближайшей исторической перспективе.

Понятно, что успешная реализация культурной политики, ориентированной на модернизационный вектор регионального развития, требует привлечения самых разных ресурсов, в том числе экономических. В этой связи прежде всего следует понять, хотя бы в самом общем виде, насколько согласуются новейшие экономические тренды с актуальной социокультурной ситуацией и динамикой идентичности.

Поскольку и культура, и экономика исторически и социально обусловлены, они в полной мере отвечают запросам современного общества – общества потребления. Сформировавшееся в XX столетии в условиях массового индустриального производства общество потребления по сей день не исчерпало ресурсов собственного воспроизводства, поскольку в его недрах сформировался субъект/объект новой культурно-экономической реальности, особый тип личности – потребитель, или «человек потребляющий»: «*Homo consumens*... активно вытесняет *Homo sapiens*, который стремительно теряет (если уже не потерял) право называться “разумным”» [9, с. 157].

Звучит как вызов современному человеку и той части человечества, чье рациональное, разумное, основанное на принципах меры и ответственности отношение к миру поставлено под сомнение, для которого ориентация на «расточительное потребление» оборачивается «волей к саморазрушению», прежде всего интеллектуальному и нравственному.

В значительной мере обоснованность подобного оценочного суждения подтверждается формированием нового тренда в мировой экономике, которая все больше делает ставку на иррациональные структуры человеческой психики. Эта

новая тенденция, зародившись на Западе, в последнее десятилетие «проросла» и в российских экономических теориях.

В концепциях западных экономистов это явление фиксируется как «новый экономический переход» от экономики услуг к «экономике впечатлений» [10], или, в отечественной версии, – к «экономике желаний» [1].

Помимо наличия «целевой аудитории» стимулом к развитию данного тренда были и совершенно объективные причины. Его появление, как отмечают западные эксперты, было предопределено прогнозируемым снижением спроса на рабочую силу в сфере услуг, как прежде это произошло в промышленном и сельскохозяйственном кластерах национальных экономик в связи с развитием и внедрением в эти сферы наукоемких технологий.

Поиск дополнительных векторов развития экономики стимулирует появление новых предложений, и в этом смысле «признание впечатлений отдельным экономическим предложением» [10] рассматривается как условие экономического государственного развития и роста благосостояния населения на ближайшее будущее. Такова логика западных экономистов.

Аргументация отечественных экономистов находится в этой же плоскости: в ситуации перенасыщения потребительских рынков, дефицитом оказываются только желания, которые необходимо конвертировать в деньги [1].

При наличии некоторых различий, объединяют «экономику впечатлений» и «экономику желаний» два важных момента: во-первых, апелляция не к материальным потребностям, а к социально-психологическим ценностям, мотивам, желаниям и потребностям (успешность, имидж, статусность, престижность, социальное признание, творческая самореализация и, как следствие, позитивная идентичность). А, во-вторых, – ориентация на сферу культуры, которая обладает особыми возможностями для реализации этих потребностей, поскольку в отличие от реальной экономики, экономика культуры – это во многом «экономика символов» (Т. Абанкина) или, в лексике А. Долгина, – экономика «символического обмена».

Отражением этой тенденции в России стало развитие целой отрасли культуры: культурные (или творческие) индустрии, смысл которых заключается в том, чтобы культурно-символические

ресурсы определенного региона или территории превратить в «творческий продукт» с целью позитивных изменений культурной среды данной территории, формирования ее положительного имиджа и, что не менее важно, инвестиционной привлекательности.

Результатом этих процессов в России стало повсеместное, почти синхронное появление так называемых «территориальных брендов». Бренд – типичный продукт экономики впечатлений и экономики желаний, стратегический ресурс, который позволяет получать экономические выгоды от символических атрибутов, в которых отражены важнейшие для данной территории конвенциональные ценности, формирующие коллективные образы идентичности (мифы, традиции, культурные тексты, культурные герои, исторические события, элементы репутации и т. д.).

Яркий, узнаваемый и «говорящий» бренд может стать важным импульсом регионального развития и способствовать решению как экономических, так и социокультурных проблем. В частности, бренд стимулирует развитие туристической индустрии и привлечение финансовых потоков в бюджет региона (экономическая задача) и, вместе с тем, призван способствовать консолидации местного сообщества, созданию особой культурной среды, привлекательного имиджа территории и, как результат, формированию позитивной местной/региональной идентичности (социокультурные задачи).

Как показала практика, опыт конструирования региональной идентичности подобными средствами далеко не во всех случаях оказывается продуктивным, а нередко стимулирует деструктивные явления и процессы.

Причин у подобных неудач много и их анализ – тема отдельного исследования. Но, реализуя экономические стратегии и технологии в сфере культурного развития российских регионов, важно помнить: культура слишком сложное явление, чтобы ее легко можно было подчинить интересам экономики, не считаясь с законами ее собственного развития, не учитывая синергичный эффект социокультурных трансформаций (который, в том числе, проявляется и в формах региональной идентичности), оставаясь нечувствительным к специфике актуальной социокультурной ситуации.

А между тем постоянно нарастающее социальное и культурное разнообразие на фоне деконструкции или крушения «больших нарративов», эмансипация человека от социальных и культурных общностей, пугающий своей стремительностью рост степени свободы от традиционных ценностных систем и многие другие процессы рождают особую культурную ситуацию, которая в гуманитарных исследованиях нередко артикулируется в характеристиках тревожных – как «кризис культуры», а то и вовсе безутешных – как «антропологическая катастрофа».

Так или иначе, но все говорит о том, что идентичность современного человека формируется в культуре, которая все еще описывается в терминах неклассического дискурса: как феномен пост-истории, эпохи постлогоцентризма, как нечто, что может быть осмыслено, только если будет просеяно сквозь сито постмодернистского релятивизма, оказываясь в результате пост-культурой [4, с. 300–307]. Новый термин, почти метафора, довольно быстро подхваченная и растиражированная как определение культурной ситуации конца XX – начала XXI века, **ситуации неопределенности, пограничных состояний, отсутствия устойчивых норм и идентичностей.**

Пост-культура это – культура с пустым центром, симулякр культуры. Это разрыв в ее линейной динамике, возникший в момент глобализационной бифуркации, «уплотненный хаос», который содержит в себе в свернутом виде множество возможных сценариев, и совершенно непонятно, какой из них уже завтра «развернется» с силой расправленной пружины [4].

Потребность в идентичности – неотчуждаемая антропологическая потребность – не теряет своей актуальности и для человека, научившегося жить в глобальном мире. Как прежде «люди ищут группы, к которым они могли бы принадлежать устойчиво и долго, в мире, где все движется и перемещается, и ничто не является надежным» [2]. Культурная среда региона – это то символическое пространство, в котором возможна реализация данной потребности, где формируются актуальные формы социальной солидарности и культурной идентичности. Культура локальных сообществ содержит в себе мощный идентификационный ресурс, сущность которого заключается: в обеспечении индивида базовыми, фундаментальными культурными ориентирами, заложен-

ными в социальном опыте местных сообществ и основанными на местной традиции, если согласиться с мнением, что региональная/локальная культура, имеет «тесные генетические связи с так называемой “материнской” (национальной) культурой», несет в себе «как ее общие черты и закономерности развития, так и собственные уникальные особенности» [7, с. 112]; в реализации важнейшей потребности человека в «укорененности и принадлежности» через сознание и сакральное переживание единства с некой значимой для него общностью («и я этой силы частица»); в обеспечении индивидов самобытными образами идентичности, этнически окрашенными способа-

ми манифестации уникальности и самобытности культуры, от имени которой он выступает.

Но вместе с тем необходимо понимать, какие из бесконечного числа возможностей культуры оказываются востребованными и подлежат актуализации, в том числе посредством развития культурных индустрий и прочего инструментария региональной культурной политики. Соответствующим будет и результат: либо выход на принципиально новый уровень развития региона, его устойчивое развитие и формирование позитивной идентичности, либо, в лучшем случае – кратковременные экономические эффекты, но значительные деформации в культуре и идентичности.

Литература

1. Абанкина Т. В. Экономика желаний в современной «цивилизации досуга» [Электронный ресурс] // Отечественные записки. – 2015. – № 4. – URL: <http://www.strana-oz.ru/2005/4/ekonomika-zhelaniy-v-sovremennoy-civilizacii-dosuga>.
2. Бауман З. Индивидуализированное общество [Электронный ресурс]. – URL: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/baum/index.php.
3. Безуглова Н. П. Культура как экономический феномен (зачем экономике нужна культура?) // Культура и образование: науч.-информ. журн. вузов культуры и искусств. – 2015. – № 2 (17). – С. 33–44.
4. Бычков В. В. Эстетика. – М.: КНОРУС, 2012. – 556 с.
5. Дробижева Л. М. О социальных и политических проблемах формирования толерантности // Публичная сфера и культура толерантности. Общие проблемы и российская специфика. – М., 2002.
6. Зубаревич Н. В. Территориальный ракурс модернизации // Российские регионы: экономический кризис и проблемы модернизации / под ред. Л. М. Григорьева, Н. В. Зубаревич, Г. Р. Хасаева. – М.: ТЕИС, 2011. – С. 33–54.
7. Казакова Г. М. «Региональная» и «провинциальная» культуры: о существенных характеристиках // Вестн. Москов. гос. ун-та культуры и искусств. – 2007. – № 3. – С. 110–115.
8. Кондаков И. В. Культура России. Ч. 1. Русская культура: краткий очерк истории и теории. – М., 2000. – 360 с.
9. Лукьяненко В. И., Хабаров М. В., Лукьяненко А. В. Homo consumens – Человек потребляющий // Век глобализации. – 2009. – № 2. – С. 149–159.
10. Пайн Джозеф Б., Гилмор Джеймс Х. Экономика впечатлений. Работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. – М.: Вильямс, 2005. – 304 с.
11. Пашуто В. Т. Внешняя политика Древней Руси. – М., 1968. – С. 20.
12. Территориальный ракурс модернизации // Российские регионы: экономический кризис и проблемы модернизации. – М.: ТЕИС, 2011. – С. 6.
13. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций. – М.: АСТ, 2003. – 603 с.

References

1. Abankina T.V. *Ekonomika zhelaniy v sovremennoy "tsivilizatsii dosuga"* [Economics of desires in the modern "civilization of leisure"]. *Otechestvennye zapiski* [Domestic notes], 2015, no. 4. (In Russ.). Available at: <http://www.strana-oz.ru/2005/4/ekonomika-zhelaniy-v-sovremennoy-civilizacii-dosuga>.
2. Bauman Z. *Individualizirovannoe obshchestvo* [Individualized Society]. (In Russ.). Available at: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/baum/index.php.
3. Bezuglova N.P. *Kul'tura kak ekonomicheskii fenomen (zachem ekonomike nuzhna kul'tura?)* [Culture as an economic phenomenon (why does the economy need a culture?)]. *Kul'tura i obrazovanie: nauchno-informatsionnyy zhurnal vuzov kul'tury i iskusstv* [Culture and education. Scientific and information magazine of universities of culture and arts], 2015, no. 2 (17), pp. 33-44. (In Russ.).
4. Bychkov V.V. *Estetika* [Aesthetics]. Moscow, KNORUS Publ., 2012. 556 p. (In Russ.).

5. Drobizheva L.M. O sotsial'nykh i politicheskikh problemakh formirovaniya tolerantnosti [About the social and political problems of the formation of tolerance]. *Publichnaya sfera i kul'tura tolerantnosti. Obshchie problemy i rossiyskaya spetsifika* [Public sphere of the culture of tolerance. Common problems and Russian specificity]. Moscow, 2002. (In Russ.).
6. Zubarevich N.V. Territorial'nyy rakurs modernizatsii [Territorial view of modernization]. *Rossiyskie regiony: ekonomicheskiy krizis i problemy modernizatsii* [Russian regions: the economic crisis and the problems of modernization]. Moscow, TEIS Publ., 2011, pp. 33-54. (In Russ.).
7. Kazakova G.M. "Regional'naya" i "provintsial'naya" kul'tury: o sushchnostnykh kharakteristikakh ["Regional" and "provincial" culture: on the essential characteristics]. *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo universiteta kul'tury i iskusstv* [Bulletin of the Moscow State University of Culture and Arts], 2007, no. 3, pp. 110-115. (In Russ.).
8. Kondakov I.V. *Kul'tura Rossii. Ch.1. Russkaya kul'tura: Kratkiy ocherk istorii i teorii* [Culture of Russia. Part 1. Russian Culture: A Brief History and Theory]. Moscow, 2000. 360 p. (In Russ.).
9. Luk'yanenko V.I., Khabarov M.V., Luk'yanenko A.V. Homo consumens – Chelovek potrebyayushchiy [Homo consumens – A man consuming]. *Vek globalizatsii* [The age of globalization], 2009, no. 2, pp. 149-159. (In Russ.).
10. Payn Dzhozef B., Gilmor Dzheyms Kh. *Ekonomika vpechatleniy. Rabota – eto teatr; a kazhdy biznes – stsena* [The economy of impressions. Work is a theater, and every business scene]. Moscow, Vil'yams Publ., 2005. 304 p. (In Russ.).
11. Pashuto V.T. *Vneshnyaya politika Drevney Rusi* [Foreign policy of Ancient Russia]. Moscow, 1968, p. 20. (In Russ.).
12. Territorial'nyy rakurs modernizatsii [Territorial view of modernization]. *Rossiyskie regiony: ekonomicheskiy krizis i problemy modernizatsii* [Russian regions: the economic crisis and the problems of modernization]. Moscow, TEIS Publ., 2011, p. 6. (In Russ.).
13. Khantington S. *Stolknovenie tsivilizatsiy* [Huntington S. The clash of civilizations]. Moscow, AST Publ., 2003. 603 p. (In Russ.).

УДК 008

ПОКОЛЕНИЕ СТРАННИКОВ И ЕГО МЕСТО В ИСТОРИИ РОССИИ НАЧАЛА XX ВЕКА¹

Морозов Николай Михайлович, кандидат исторических наук, старший научный сотрудник Федерального исследовательского центра угля и углехимии Сибирского отделения Российской академии наук (г. Кемерово, РФ). E-mail: oven.777@mail.ru

Внимание к теме обусловлено потребностью в выяснении содержания метода поколений, пока мало изученного, но перспективного в плане познания природы ритмов и циклов истории, механизмов преемственности и конкретизации исторического опыта людей, живших в тот ли иной период. В основу исследования положена история поколения Странников (родившихся в 1870–1890-х годах), которым пришлось совершить три революции, воевать на фронтах русско-японской, Первой мировой (1914–1918) и Гражданской (1918–1921) войн, провести массовые репрессии в 1930-х годах.

Изучен опыт обоснования и использования указанного метода в трудах зарубежных и отечественных учёных. Установлено, что поколение представляет собой общность индивидов, рожденных в определенный исторический период и являющихся носителями схожих ценностей, сформированных под воздействием общих факторов (социальных, культурных, экономических и политических событий, технического прогресса, семейного воспитания). Используя имеющиеся в литературе сведения о поколениях, составлена хронологическая таблица, включающая в XX веке периоды рождения их представителей, утверждения идей, господства и правления.

Определены условия формирования ценностных ориентиров поколения Странников, причины его разделения на конкурирующие когорты и роль каждой из них в истории России начала XX века.

Ключевые слова: историческая психология, метод поколений, Странники, Победители, Молчаливое поколение, ценности поколения.

¹ Работа выполнена при поддержке гранта РГНФ № 17-11-42004.