



Original Article: L'IDENTIFICAZIONE SOCIALE E TERRITORIALE DELLA REGIONE DI VOLOGDA

Citation

Gruzdeva M.A. L'identificazione sociale e territoriale della regione di Vologda. *Italian Science Review*. 2015; 4(25). PP. 23-27.

Available at URL: <http://www.ias-journal.org/archive/2015/april/Gruzdeva.pdf>

Author

Mariya A. Gruzdeva, Institute of Socio-Economic Development of Territories of the Russian Academy of Sciences, Russia.

Submitted: March 29, 2015; Accepted: April 17, 2015; Published: April 28, 2015

La globalizzazione, come la tendenza di sviluppo sociale, comporta l'interiorizzazione, l'integrazione e l'armonizzazione dei vari aspetti della vita [3, p.3]. Nel contesto delle mutevoli condizioni di esistenza della società moderna per studiare le condizioni di auto-identificazione sta diventando sempre più importante. L'urgenza associata all'identificazione del ruolo svolto nel processo di identificazione dei gruppi sociali e società nel suo complesso, la trasformazione di valori, principi della vita delle comunità.

In questo focus studio sulle caratteristiche di identità territoriale nella regione di Vologda su materiali di ricerca sociologica. Rilevamenti fatti base informativa e di monitoraggio di sondaggi di opinione condotti dall'Istituto IFS sviluppo socio-economico della Accademia Russa delle Scienze, che ha portato in un anno dal 2008, intervistati 1.500 persone in tutta la regione. Usate per tutte le indagini rappresentatività del campione osservato per sesso, età, la proporzione tra le popolazioni urbane e rurali. Metodo di controllo - in discussione il luogo di residenza degli intervistati. Errore di campionamento non supera il 3%.

Elementi di identificazione territoriali sono considerati manifestazioni di noi da una posizione di benessere sociale della popolazione. L'intensità della vicinanza tra gli abitanti del paese, regione, paese in cui vivono, che il loro futuro è una caratteristica importante per la comunità. Alto livello determina la sua coesione e il successo di basso - potrebbe avere conseguenze negative [4, p. 46]. Questa categoria dipende da una combinazione di fattori soggettivi e oggettivi, e la più esposta alle variazioni delle condizioni di instabilità e turbolenza. Secondo l'Istituto di ricerca di Filosofia a partire dai primi anni 2000 indeboliti vari tipi di strati di prossimità russi, tra cui personale, professionale e di regolamento [2, p. 46-47]. Periodo di instabilità economica e sociale causato dall'impatto della crisi economica mondiale del 2009 colpito l'identificazione della regione di Vologda. Durante il periodo di misura sociologica 2008 2010. c'è stata una riduzione di intimità con gli abitanti di quasi tutti i tipi di luoghi, ad eccezione della popolazione della regione. Tuttavia, i dati ottenuti in un periodo successivo, mostrano che entro il 2012 la situazione è stata ripristinata -

l'intensità di tutti i tipi di prossimità geografica aumentata (Fig. 1).

Per la maggior misura per gli abitanti della regione di Vologda insediamento intrinseca identità - più del 75% degli intervistati si sente la vicinanza ai residenti dell'insediamento in cui vivono. Al secondo posto è una identità regionale - oltre il 60% degli intervistati si sente vicino. E l'intensità di intimità con gli abitanti della regione ha avuto il maggiore incremento nel periodo post-crisi - l'indice è aumentato di 1,7 volte. Nel contesto della situazione generale di tensione, le persone tendono a unirsi per superarla, e sono guidati da compassione per i settori più colpiti della popolazione, e la preoccupazione per il futuro della regione [4, p. 67]. Circa un quarto della popolazione è indifferente agli abitanti di tutta la regione, e al popolo della Russia, un terzo - per i moscoviti, gli abitanti delle ex repubbliche sovietiche e tutta la Terra. Va notato che le stime di indifferenza tendono ad aumentare, con l'eccezione del rapporto agli abitanti della regione. Si può notare che una caratteristica di identità territoriale della popolazione della Russia dipende dalla scala del paese, in modo da tutta la Russia solidarietà è meno pronunciata che la comprensione regionale e la liquidazione, di questi processi deve essere la base per rafforzare l'integrità delle comunità regionali.

Con l'impiego di una metodologia standard per gli aspetti di socioculturale ritratto di una regione, sviluppato nel centro dello studio di cambiamenti sociali e culturali Istituto di filosofia [2], possono essere rintracciati coesione soprattutto territoriale e di prossimità basato sul calcolo di determinati rapporti. Il rapporto tra la quota di intervistati che hanno indicato la presenza di vicinanza alla proporzione della popolazione, rilevando la sua assenza, determina il fattore di intensità di intimità. Operatività Tenuta di dati sociologici conferma le conclusioni formulate dal vostro (Tabella 1).

La popolazione della regione di Vologda nel suo complesso sta vivendo sentimenti

positivi verso la regione di residenza: quasi un terzo della popolazione ha espresso piena soddisfazione, il 40% degli intervistati indicano che, in generale soddisfatti, ma ci sono cose che non si adattano loro (Tabella 2). Circa il 5% della popolazione nel 2012 ha espresso il desiderio di lasciare la zona di vivere in un'altra regione o all'estero. La percentuale di persone che non hanno sentimenti speciali per il luogo di residenza, è rimasto sostanzialmente invariato nel corso dello studio, ed è 12-14%. L'aumento più significativo è stato osservato per la quota di popolazione che rimane nella regione solo per abitudine dal 0,1% del 2008 al 4,8% nel 2012.

Le caratteristiche regione determinano in gran parte il carattere di auto-identificazione di persone, con un luogo di residenza. Secondo i residenti della regione di Vologda, la regione è caratteristiche interessanti bellissima natura - così si riunisce ogni persona secondo, gentilezza e sincerità di persone ogni tre note. Che conferma la volontà degli intervistati di identificarsi, di lavorare, di interagire proprio con queste persone. Circa un terzo della popolazione è nelle prospettive regione per la vita, lo sviluppo, la realizzazione di idee, la maggior parte di queste risposte danno i residenti del centro industriale della regione - la città di Cherepovets.

Nonostante il fatto che l'intera popolazione della regione è piuttosto il fatto che vive qui, un'alta percentuale di persone che notano questi o altri problemi. Tuttavia, sentirsi responsabili per la situazione nel settore del solo 6-9% della popolazione nel periodo 2011-2013. Tra gli intervistati, nel 2013 solo il 3% ritiene di poter influenzare personalmente lo stato delle cose nella regione (di nuovo nel 2011. La percentuale di tali risposte era di circa l'8%). Vi è una certa riluttanza e la mancanza di fiducia nella efficacia della partecipazione del pubblico nella decisione di problemi regionali esistenti. La gente si sente la più grande responsabilità per la situazione nella

sua famiglia, nel suo ambiente immediato (80 e 77%, rispettivamente), che è ragionevole e riflette il valore crescente della famiglia e le persone care [5, p. 14]. Al secondo posto - la partecipazione alla forza lavoro, le attività professionali e la vita del suo giardino / casa. In generale, c'è stata una tendenza di scarsa partecipazione sociale, mancanza di desiderio di essere utile in affari pubblici per il bene della città, quartiere, regione e paese in I risultati sollevano interrogativi sulla necessità per lo sviluppo della società civile, un'importante trasformazione delle istituzioni statali e pubbliche in termini di trasparenza informativa, accessibilità e comprensibili al pubblico.

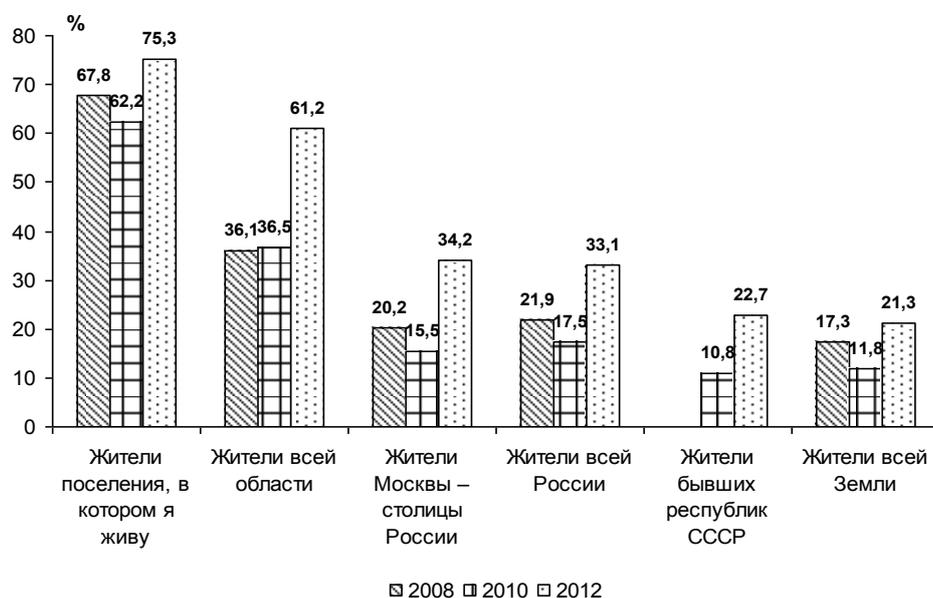
Caratteristiche di identificazione sociale e territoriale della regione di Vologda sono pronunciate insediamento e l'identità regionale. In un periodo di sociale ed economico senso sconvolgimento di intimità con le persone della loro regione, non solo non è diminuito, ma ha avuto anche una crescita significativa. I risultati ottenuti infondere una certa fiducia nella possibilità di livellare i risultati di instabilità, anche contro la tendenza alla individuazione di interessi personali, aspirazioni isolamento dagli affari pubblici, la partecipazione civica. Inerente alla popolazione territoriale di identificazione positiva della regione, a nostro avviso, può essere il risultato dello sviluppo attivo di marchi regionali. Per il posizionamento efficace per ottenere il riconoscimento della regione, promuovendo le sue differenze locali esclusivi attualmente esistono e sono riconoscibili non solo in Russia ma anche

all'estero seguenti marche: Questo prodotto Vologda, burro Vologda, pizzi Vologda, Vologda lino, Babbo Natale . Promettenti per lo sviluppo di progetti sono maestri della regione di Vologda, Vologda - la capitale culturale della Russia nord Vologda - Doccia Nord russo. Inoltre, la capitale della regione - Vologda lavorare attivamente deve essere la formazione di un'immagine positiva della città e la sua storia attraverso una serie di strumenti visivi (informazioni in media, immagini, steli, oggetti d'arte). Queste aree possono attrarre non solo i turisti stranieri [1, p. 65], ma anche influenzare il benessere di cui gli aspetti sociali della popolazione della regione, che conferma l'efficacia e la necessità di un ulteriore sviluppo.

References:

1. Kovyneva L.V. 2014. Formation of the territorial brand in the Russian regions. Proceedings of the Irkutsk State Academy of Economics. P. 61-67.
2. Lapin N.I. 2007. Disturbing stabilization. Social studies and the present. P.39-53.
3. Malakhov O.N. 2009. The socio-cultural identity in contemporary multicultural region. Abstract on scientific degree of Candidate of Sociology. Stavropol. 18 p.
4. Shabunova A.A., Gulin K.A., Lastochkina M.A., Solovyov T.S. 2012. Modernization of the economy of the region: the socio-cultural aspects. Vologda: ISED T RAS. 158 p.
5. Shabunova A.A., Gruzdeva M.A. 2014. Socio-cultural factors of social atomization (on materials of the Vologda region). Electronic scientific journal "Current research on social problems".

Figura 1. Distribuzione di risposte alla domanda: - "con gli abitanti di diversi tipi di luoghi" Fino a che punto si sente la vostra vicinanza o la distanza (il "suo" "alien")



(Risposta: "suo" e "vicino, ma non la sua" in% degli intervistati) *

Fonte: indagine "ritratto socio-culturale della regione di Vologda" 2008,2010,2012 anni.

* La questione della vicinanza / distanza con i residenti delle ex repubbliche sovietiche è impostato nel 2010.

Intensità vicinanza Factor con gli abitanti dei vari tipi di siti

Tabella 1

	2008	2010	2012
I residenti dell'insediamento, in cui vivo (paese, villaggio, città)	7,70	7,23	12,76
I residenti della mia zona	1,45	1,76	4,60
I residenti di Mosca - la capitale della Russia	0,53	0,44	1,08
La gente in tutta la Russia	0,59	0,47	0,90
I residenti delle ex repubbliche sovietiche	-	0,29	0,52
Persone in tutto il Terra	0,51	0,34	0,47

Fonte: Calcolato dall'autore utilizzando i dati dell'indagine "ritratto socio-culturale della regione di Vologda" 2008,2010,2012 anni.

Tabella 2

Distribuzione risposte alla domanda: "Quali sono i tuoi sentimenti verso la regione di residenza" (% degli intervistati)

Risposta	2008	2010	2012
Sono contento che io vivo qui	29,7	28,7	29,2
Nel complesso, sono soddisfatto, ma molti non sono soddisfatti	45,3	43,9	40,2
Non hanno sentimenti di speciale	13,8	12,6	12,0
Non mi piace vivere qui, ma ci sono abituato e non intendo lasciare	0,1	4,4	4,8
Vorrei passare a un'altra regione della Russia	3,3	2,7	2,9
Vorrei fare per lasciare la Russia	2,1	1,5	1,9
Difficile rispondere	5,7	6,1	9,1
Fonte: indagine "ritratto socio-culturale della regione di Vologda" 2008,2010,2012 anni.			