

УДК-32

DOI: 10.17072/2218-1067-2025-2-103-119

ПОЛИТИКА ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ В ОНЛАЙН-КОММУНИКАЦИИ ЖИТЕЛЕЙ УРАЛЬСКИХ АГЛОМЕРАЦИЙ

О. В. Попова

Попова Ольга Валентиновна, доктор политических наук, профессор, старший научный сотрудник, Санкт-Петербургский государственный университет, Санкт-Петербург, Россия.

E-mail: pov_64@mail.ru, o.popova@spbu.ru (ORCID: 0000-0002-0701-7767. Researcher ID: AAE-8870-2022).

Аннотация

Онлайн-коммуникация в интернет-сообществах, объединяющих жителей определенных населенных пунктов, способствует формированию территориальных комьюнити и образа места жительства как «своего». В данном исследовании объектами анализа стали инициированные и модерируемые рядовыми жителями населенных пунктов, входящих в Екатеринбургскую и Челябинскую уральские агломерации с ядром-мегаполисом, группы «ВКонтакте». В выборку было включено по 14 таких онлайн-сообществ. Обсуждаемые в онлайн-сообществах темы на основе предварительно проведенного анализа реальных практик в данных агломерациях были определены как составные элементы осуществления территориальной политики идентичности органами власти и другими политическими и неполитическими акторами, которым институтами государственного управления делегированы соответствующие функции, полномочия, ресурсы и ответственность. Временной период исследования – с начала января 2023 г. по конец марта 2024 г. Использована технология анализа Big Data. С ее помощью были проанализированы все посты, их тональность, количество просмотров, лайков / дизлайков, комментариев и репостов для 12 основных направлений политики, способствующих формированию территориальной идентичности на городском и локальном уровнях, когда «нашими» становятся в равной степени и населенный пункт, и проживающие в нем люди. Проведенный анализ показал высокую степень сходства характера коммуникации по указанным вопросам в группах «ВК» жителей Екатеринбургской и Челябинской агломераций. Наиболее значимыми для жителей, входящих в эти агломерации населенных пунктов оказались вопросы, связанные с топонимикой, праздничными и памятными днями, учебными курсами. Однако половина предварительно выделенных тематических направлений политики территориальной идентичности обсуждается достаточно вяло – к примеру, культурная жизнь протекает активно, но непосредственно в самих территориальных онлайн-сообществах предметом обсуждений становится нечасто. Жители обеих агломераций – «люди онлайн-действия»: им проще сделать репост информации, чем содержательно ее обсуждать. Следует обратить внимание на скрытую социальную напряженность в отношении осуществления политики интеграции в принимающее сообщество мигрантов из других регионов России и трудовых мигрантов из других государств.

Ключевые слова: политика территориальной идентичности; Екатеринбургская агломерация; Челябинская агломерация; коммуникация в социальных сетях; онлайн-сообщества; «ВКонтакте».

Введение

Городские агломерации, как компактные группы территориально близких и экономически взаимосвязанных населенных мест (преимущественно городских), характеризуются устойчивыми трудовыми, культурно-бытовыми, производственными, рекреационными связями, общей социальной и технической инфраструктурой. Территориальную идентичность можно охарактеризовать как ощущение жителями себя частью социально-культурного сообщества и признание территории проживания «своей» (Калашникова, Погодина, 2024: 233-258). Территориальная идентичность включает: осознание границ территории, образ места, символическую интерпретацию характеристик материальных элементов (улиц, площадей, зданий), совокупность организаций, правил, законов, систему экономи-

ческих, социальных, культурных и политических отношений, людей с их традициями, ритуалами и т. д. Происходит концептуализация и даже мифологизация образа территории (Замятин, 2012a; Замятин, 2012b; Окунев, 2018: 18-25). Одни исследователи используют в качестве синонима понятие «пространственная идентичность» (Печеркина, Кошкина, Хузяхметов, 2021: 85-101), другие пытаются найти отличия. В идеализированной модели территориальной идентичности жители всех входящих в агломерацию населенных пунктов могут воспринимать места проживания как лично значимые, а живущих рядом людей как «мы». Существует взаимная обусловленность территориальной идентичности и социального участия населения, ориентированного на расширенные практики «помогающего поведения» (Воробьева, 2023: 80).

Сформированную территориальную идентичность можно рассматривать как базовое условие развития территории и необходимый ресурс, обеспечивающий ее «конкурентоспособность» на уровне государства. Она является следствием грамотной территориальной политики идентичности (The Politics of Territorial Identity..., 1982; Terlouw, 2018), определяемой как совокупность мероприятий органов власти и политических / неполитических акторов, которым делегируются функции, ресурсы и ответственность за формирование образа места проживания и территориального сообщества. В современных исследованиях представлены различные концепты идентичности и политики идентичности (Гаман-Голутвина, 2024: 177-191; Семененко, 2023: 431-438; Стрелецкий, 2021: 62-75; Фадеева, 2024: 175-183; Routledge Handbook of Identity Studies, 2019), включая развитие городов (Пакшина, 2020; Собственная логика..., 2017; Архипов, 2024: 143-148).

Цель автора – выявление реакции жителей агломераций с ядром-мегаполисом на проводимую политику территориальной идентичности. Таких агломераций в стране 16. Относящиеся к Уральскому экономическому региону и Уральскому федеральному округу Екатеринбургская и Челябинская агломерации сходны экономическим развитием (более успешной считается первая из них), общей логикой исторического, культурного и политического развития. К Уральскому экономическому региону относят также Пермскую и Уфимскую агломерации, однако они сейчас входят в Приволжский федеральный округ. Предварительный проведенный анализ характера связанной с темой политики территориальной идентичности онлайн-коммуникации «ВК» жителей 16 российских агломераций с ядром-мегаполисом показал его определенное сходство для соседних административных образований. Наиболее вероятная причина заключается в сходстве традиций, стиля жизни, общем культурном коде населения. В то же время коммуникация в онлайн-сообществах Московской, Санкт-Петербургской и других проанализированных агломераций, не находящихся рядом, отличается существенно.

В статье речь не идет о формировании агломерационной идентичности. Ее нет в планах органов госуправления субфедерального уровня. Эксперты подтвердили, что в случае Екатеринбургской и Челябинской агломераций нет даже зачатков агломерационной, так называемой «тонкой», идентичности, касающейся ограниченных групп жителей. Политика территориальной идентичности на субфедеральном уровне проводится активно, она связана с формированием региональной, городской и локальной идентичности. Ситуация «маятниковой миграции» в агломерациях, когда люди вынуждены практически ежедневно совершать длительные переезды из своих населенных пунктов к месту работы и обратно, заставляет задуматься, насколько они воспринимают места фактического проживания и их население в качестве «своих». Поскольку в стране сделана ставка на агломерационный тип развития территорий, данный исследовательский проект имеет практическое значение.

В последние годы активно проводятся исследования процессов формирования территориальных сообществ посредством коммуникации в социальных сетях (напр.: Байнова, 2021: 29-33; Зверева, Шестерина, 2023: 407-423; Мирошниченко, Морозова, 2021: 135-149). Уделяется внимание специфике онлайн-взаимодействия в группах, которые созданы и модерируются обычными людьми, проживающими в населенных пунктах; эта коммуникация описывается преимущественно как горизонтальная, нелинейная, подчас хаотическая (Мадиану, Миллер, 2018: 334-356; Савельева, 2021), но поддерживающая формирование чувства общности с территорией и проживающими там людьми, создает некий, пусть мифологизированный, образ «мы», способствует формированию территориальной идентичности (Пашкина, 2020: 19-35). «Языковые средства не только создают, поддерживают и корректируют необходимый территориальный имидж, но и существенно воздействуют на процессы его ментального конструирования и восприятия потребителями» (Казяба, Щипицина, 2023: 8). Важным компонентом теоретических изысканий в этом направлении являются представления о влиянии такой коммуникации на социальные и культурные изменения в местах проживания людей (Нјарvard, 2008: 105-134).

Методические параметры проведения эмпирического исследования

Дизайн проведенного в 2023–2024 гг. исследования политики территориальной идентичности в 16 российских агломерациях с ядром-мегаполисом, часть материалов которого представлена в данной статье, включал: концептуальное выделение основных направлений политики идентичности на субфедеральном уровне; анализ 16 кейсов с точки зрения основных мероприятий и проектов, проводимых, инициированных и / или поддерживаемых субфедеральными органами власти и жителями агломераций; экспертный опрос занимающихся проблемами идентичности и политики идентичности обществоведов (прежде всего, политологов) и политиков-практиков, проживающих в 16 агломерациях с ядром-мегаполисом; дискурс-анализ выступлений губернаторов и глав исполнительной власти регионального и локального уровней; дискурс-анализ обсуждения в социальных сетях проводимой политики идентичности на субфедеральном уровне жителями 16 агломераций.

Цель статьи – на основе сравнительного анализа дать оценку сходства / отличия онлайн-коммуникации жителей относящихся к Екатеринбургской и Челябинской агломерациям населенных пунктов по вопросам, связанным с реализуемыми в этих типах территориальных образований органами власти (регионального, городского и местного уровней), образовательными и культурными учреждениями, инициированными политическими и неполитическими акторами, а также самими жителями, общественными организациями, проектов и мероприятий, направленных на формирование устойчивого территориального сообщества, эмоционально связанного с местом проживания. Исследование такой онлайн-коммуникации позволяет понять, насколько для жителей «видима» проводимая органами власти политика территориальной идентичности, зафиксировать отношение к отдельным ее направлениям. Обычно онлайн-коммуникация жителей населенных пунктов выступает в качестве этапа (начального или сопровождающего) формирования территориального сообщества, воспринимающего место проживания как «своего».

Выбор «ВКонтакте» предопределен популярностью в России этой социальной сети. Согласно данным Mediascope Cross Web, средняя месячная аудитория в третьем квартале 2024 г. составляла 88,1 млн пользователей. «ВК» универсальна и общедоступна, удобна для общения и объединения большого количества пользователей, используется для оперативного обсуждения и поиска решения значимых социальных вопросов. Личные страницы пользователей «ВК» часто содержат реальные данные. Сеть подходит для размещения объявлений, передачи официальной информации, получения новостей, обмена мнениями и т. д. Коммуникация в группах «ВК» проходит «в формате обмена сообщениями (как текстовыми, так и аудиовизуальными), беседы в ситуации соприсутствия, размещения различного контента, предполагающего реакцию других в виде лайков, репостов и др.» (Богомягкова, Харманская, 2024: 171). Сторонники теории фреймов И. Гофмана убеждены, что в содержании постов и комментариев в «ВК» присутствуют три их вида: «фрейм публикаций “о себе”, фрейм тематических публикаций, фрейм инструментально-деловых публикаций» (Богомягкова, Харманская, 2024: 176).

В каждой агломерации по специальной методике были отобраны группы «ВКонтакте». Критерии отбора групп в выборку учитывали следующие параметры: а) группы инициированы и модерируются самими жителями населенных пунктов, входящих в состав агломераций; б) они не являются узкотематическими, а посвящены разнообразным проблемам своего населенного пункта; в) в группах устойчивое и относительно большое количество участников; поскольку количество жителей входящих в агломерации населенных пунктов существенно различалось («ядро» — город-миллионник, а самые маленькие насчитывали лишь несколько десятков тысяч человек), то выбиралась наиболее многочисленная группа «ВК» каждого из населенных пунктов агломераций; г) группы – не «мертвые», в них часто появляются новые посты и комментарии; д) инициатива по выбору обсуждаемых тем принадлежит самим участникам онлайн-сообществ и не корректируется или корректируется частично администратором группы. В результате в выборку было включено по 14 онлайн-сообществ, относящихся к Екатеринбургской и Челябинской агломерациям.

Система индикаторов анализа направлений политики идентичности, инициированных органами власти, культурными и образовательными учреждениями, институтами гражданского общества или самими жителями агломераций, была выявлена в исследовании 2023 г. на основе изучения реальных практик политики территориальной идентичности в 16 российских агломераций с ядром-мегаполисом. Для данной статьи важно, что именно эти тематические направления целенаправленно выявлялись в постах групп «ВК» жителей Екатеринбургской и Челябинской агломераций.

К 12 основным тематическим направлениям территориальной политики идентичности относятся:

- праздничные и памятные дни, связанные с историей населенного пункта, прилежащей территории;
- культурные события в населенном пункте, посвященные людям и событиям в регионе;
- выставки, связанные с населенным пунктом / окружающей территорией;
- музейные экспозиции, связанные с населенным пунктом / окружающей территорией;
- театральные постановки, связанные с населенным пунктом / окружающей территорией;
- памятники, посвященные историческим событиям в крае или уроженцам населенного пункта / прилегающей территории;
- топонимика (наименование улиц, школ, организаций, связанные с уроженцами населенного пункта / прилежащей территории);
- учебные курсы и отдельные темы по предметам в школах, лицеях, колледжах, связанные с регионом / городом;
- краеведение (изыскания, связанные с историей населенного пункта / района);
- обсуждение / решение экологических проблем населенного пункта / окружающей территории;
- политика в населенном пункте / регионе в отношении мигрантов из других регионов страны;
- политика в населенном пункте / регионе в отношении трудовых мигрантов из других государств.

Сбор данных осуществлялся с 1 января 2023 г. по 30 марта 2024 г.

На этапе сбора данных из конкретных групп «ВК» был разработан специальный алгоритм с использованием библиотеки Python для веб-скрапинга и обработки текстов на естественном языке (Natural Language Processing, NLP). Были определены ключевые слова и хэштеги, связанные с политикой идентичности в агломерациях (названия конкретных населенных пунктов, упоминания значимых событий, инициатив проектов, персон); использовалась открытая модель машинного обучения, требующая больших технических мощностей компьютерной техники и длительного участия в ее настройке программиста, который понимает содержание и смысл исследовательского проекта. После этого был создан архив с файлами, содержащими посты с оценкой «нейтрально», «положительно» или «отрицательно». Постам присваивался статус «комбинированная оценка», если они включали непонятные для ИИ выражения (например, в одной фразе соседствовали сарказм и восхищение). На этапе предварительной обработки данных осуществлялась очистка текстов от специальных символов, ссылок, стоп-слов, они приводились к нижнему регистру для улучшения качества анализа. При обработке данных применялись алгоритмы машинного обучения. На этапе тематического анализа использовались методы экспертной оценки для выявления основных тем и подтем в текстах. Это позволило определить, на какие направления политики идентичности население реагирует наиболее активно. На этапе интерпретации и визуализации результатов были подготовлены таблицы, демонстрирующие активность и характер обсуждения постов в группах «ВК» различных направлений политики территориальной идентичности.

Онлайн-обсуждение тематических направлений политики территориальной идентичности жителями Екатеринбургской агломерации

Связанные с обсуждением мероприятий в области политики территориальной идентичности посты в виртуальных сообществах «ВК» Екатеринбургской агломерации составляют треть (34,68 %) от числа всех сообщений за анализируемый период (табл. 1). Такой же показатель у постов в онлайн-сообществах, например, Московской агломерации, а в группах «ВКонтакте» Пермской агломерации он не превышает 25 %.

Таблица 1

**Тональность постов по направлениям политики идентичности онлайн-сообществ
Екатеринбургской агломерации в «ВК» (1.01.2023–30.03.2024)**

Тематические направления обсуждения	Позитивная тональность		Нейтральная тональность		Негативная тональность		Комплексная оценка в комментарии		Всего постов по темам		Ранговая позиция числа постов по определенной тематике
	Число постов	Процент от числа постов по теме	Число постов	Процент от числа постов по теме	Число постов	Процент от числа постов по теме	Число постов	Процент от числа постов по теме	Число постов	Процент от числа постов по теме политики идентичности	
Топонимика	1286	14,55	5647	63,89	1558	17,63	348	3,93	8839	39,80	1
Праздничные и памятные дни	1555	39,77	2057	52,61	80	2,04	218	5,58	3910	17,61	2
Учебные курсы	581	18,63	1920	61,58	497	15,92	121	3,87	3119	14,05	3
Культурные события	782	26,29	1886	63,39	61	2,05	246	8,27	2975	13,40	4
Экологические проблемы	192	17,55	798	72,94	55	5,03	49	4,48	1094	4,93	5
Театральные постановки	129	15,87	578	71,09	53	6,52	53	6,52	813	3,66	6
Памятники	78	14,88	388	74,05	37	7,06	21	4,01	524	2,36	7
Музейные экспозиции	68	15,35	344	77,65	10	2,26	21	4,74	443	2,00	8
Выставки	14	5,36	195	74,72	0	0	52	19,92	261	1,18	9
Политика в отношении мигрантов из других регионов РФ	9	4,97	80	44,20	83	45,86	9	4,97	181	0,82	10
Политика в отношении трудовых мигрантов из других стран	0	0	21	65,63	10	31,25	1	3,12	32	0,14	11
Краеведение	1	9,09	10	90,91	0	0	0	0	11	0,05	12
Всего постов по мероприятиям политики идентичности за изучаемый период	4695	21,15	13 924	62,72	2444	11,00	1139	5,13	22 202	100,0	
Количество постов за изучаемый период на темы, не относящиеся к политике идентичности	6658	15,92	28 654	68,54	4691	11,22	1806	4,32	41 809	100,0	
Всего постов в онлайн-сообществах за изучаемый период	11353	17,74	42 578	66,52	7135	11,14	2945	4,60	64 011	100,0	

* Источник данных: составлено автором на основе проведенных расчетов содержания текстов в группах «ВКонтакте» с помощью технологии Big Data.

Активность размещения жителями Екатеринбургской агломерации «ВКонтакте» постов, относящихся к различным тематическим направлениям политики территориальной идентичности, существенно различается. Можно выделить четыре группы. Наибольшее количество постов связано с топонимикой (до 40 %); далее с большим отставанием идут три темы: праздничные и памятные дни (17,61 %), учебные курсы (14,05 %) и культурные события (13,40 %). К третьей группе по частоте упоминания относятся участие населения в решении экологических проблем (4,93 %) и театральные постановки (3,66 %). В группе «аутсайдеров» оказались темы по шести направлениям: памятники, музейные экспозиции, выставки, открытия в области краеведения, вопросы, связанные с возможностями интеграции в местное принимающее сообщество мигрантов из других регионов РФ и трудовых мигрантов из других стран. Общее количество постов по каждой из этих тем менее 3 % от общего количества анализируемых сообщений. Такая ситуация неожиданна с учетом значительного количества проводимых в Екатеринбурге культурных мероприятий (Попова, Гришин, 2024: 335-357).

Анализ тональности постов показал, что доля сообщений с негативной направленностью составляет около 11 %. Число постов с позитивной тональностью выше – 21,15 % против 15,92 % в сообщениях, не относящихся к политике территориальной идентичности, и 17,74 % по всему массиву.

Количество постов с интонационно-смысловым посылом, который компьютерная программа не смогла идентифицировать, небольшое (4–5 % в каждой теме). Исключение составляют посты о культурных событиях и выставках (соответственно 8,27 и 19,92 %). В сообщениях доминирует нейтральная тональность; баланс позитивных и негативных оценок, за исключением трех тем, положительный. Наибольшее количество позитивных постов посвящено обсуждению праздничных и памятных дней (39,77 % постов) и культурным событиям (26,29 % постов) при минимальном количестве постов с проявлением недовольства, осуждения, иронии и т. д. Есть некоторое смещение баланса в сторону негативной тональности постов, посвященных вопросам топонимики (17,63 % с негативной и 14,55 % с позитивной тональностью).

Пристального внимания органов власти заслуживает политика интеграции мигрантов из других регионов РФ и зарубежных государств. В онлайн-сообществах «ВК» из Екатеринбургской агломерации посты по этой теме редки. За анализируемый период было опубликовано 181 и 32 поста соответственно, что составляет менее 1 % всех сообщений. Доля позитивных и негативных постов о политике в отношении мигрантов из других государств составляет 0 % (!) против 31,25 %, а по поводу интеграции мигрантов из других регионов РФ в принимающее сообщество – 4,97 % против 45,86 %. Налицо доминирование отрицательного отношения при явном нежелании публичных высказываний в своем территориальном онлайн-сообществе, что свидетельствует о рисках роста социальной напряженности.

В анализе реакций на посты учитывались просмотры, лайки / дизлайки, комментарии, репосты. Пост «раскрывают», дочитывают до конца и ставят лайки, если он чем-то психологически «цепляет» аудиторию, поднимает личностно значимую проблему. Комментарии требуют некоторых интеллектуальных усилий, предполагают развертывание дискуссии. «Сетевой комментарий как таковой, не являясь в чистом виде речевым жанром, является жанром для дискурса сетевой коммуникации ... [представляет собой] контентное заполнение позиции, предусмотренной определенным форматом» (Месеняшина, 2023: 130), он постоянно эволюционирует (Абдуллина, 2014: 129-132).

Количественные показатели реакции на посты «ВК» жителей Екатеринбургской агломерации (табл. 2) показывают высокое соответствие числу публикаций. Копируют посты на свои страницы обычно при согласии с их содержанием. Репост сообщения способствует распространению информации, помогает выработать новые смыслы, получить эмоциональный отклик, напомнить об акторах, с которыми тематически связано сообщение. При внешней простоте репосты встроены в социальные и коммуникативные процессы. Ранги реакций на обсуждаемые темы территориальной политики идентичности совпадают полностью или незначительно отличаются.

Интерес участников групп «ВК» к направлениям политики территориальной идентичности оценивался на основе пропорции числа комментариев и репостов к числу публикаций по соответствующей теме (табл. 3). Некоторые результаты оказались неожиданными.

Таблица 2
Реакции участников онлайн-сообществ Екатеринбургской агломерации в «ВК» на посты о направлениях территориальной политики идентичности жителей (01.01.2023–30.03.2024)

Темы постов	Просмотры		Лайки / дизлайки		Комментарии		Репосты	
	Публикатор	Число просмотров	Публикатор	Число лайков / дизлайков	Публикатор	Число комментариев	Публикатор	Число репостов
Топонимика	218 205 144	47,55	1	966 386 45,98	1	199 226 55,03	1	35 8203 47,90
Учебные курсы в школах, лицах, колледжах	62 559 209	13,63	2	246 889 11,68	3	46 177 12,76	2	108 410 14,49
Праздничные и памятные дни	57 284 358	12,48	3	348 794 16,50	2	36 828 10,17	3	87 597 11,72
Культурные события	56 039 935	12,22	4	241 177 11,40	4	28 951 8,00	4	95 309 12,75
Обсуждение / решение экологических проблем	20 627 286	4,50	5	93 411 4,40	5	15 172 4,19	5	26 246 3,51
Центральные постановки	14 453 332	3,15	6	71 081 3,35	7	10 038 2,77	6	32 854 4,39
Памятники	12 050 104	2,63	7	75 894 3,58	6	9346 2,58	7	16 125 2,16
Музейные экспозиции	8 996 989	1,96	8	38 142 1,79	8	6944 1,92	9	10 743 1,44
Политика в отношении мигрантов из других регионов России	6 082 873	1,31	9	21 942 1,01	9	7709 2,13	8	9 580 1,28
Выставки	1 464 208	0,32	10	4129 0,18	10	839 0,23	10	1164 0,16
Политика в населенном пункте / регионе в отношении трудовых мигрантов из других государств	1 016 003	0,22	11	2897 0,12	11	765 0,21	11	1 429 0,19
Краеведение	113 926	0,03	12	311 0,01	12	30 0,01	12	43 0,01
Всего по темам, связанным с темой политики идентичности	458 893 367	100,00		2 111 053 100,00		362 025 100,00		747 703 100,00
Другие темы, не связанные с темой политики идентичности	1 070 750 075			5 968 401		839 396		1 922 114
Всего	1 529 643 442			8 079 454		1 201 421		2 669 817

*Источник данных: составлено автором на основе проведенных расчетов содержания текстов в группах «ВКонтакте» с помощью технологии Big Data.

Таблица 3

**Интенсивность обсуждения участниками городских онлайн-сообществ в «ВК»
постов о направлениях городской и локальной политики идентичности жителей агломерации
(01.01.2023–30.03.2024)**

Тематические направления обсуждения	Всего постов	Активность комментирования по тематическому направлению	Ранговая позиция активности комментирования	Активность копирования постов по тематическому направлению	Ранговая позиция активности копирования постов
Топонимика	8839	22,54	3	40,53	3
Праздничные и памятные дни	3910	9,42	10	22,40	10
Учебные курсы	3119	14,81	6	34,76	5
Культурные события	2975	9,73	9	32,04	6
Экологические проблемы	1094	13,87	7	23,99	9
Театральные постановки	813	12,35	8	40,41	4
Памятники	524	17,84	4	30,77	7
Музейные экспозиции	443	15,67	5	24,25	8
Выставки	261	3,21	11	4,46	11
Политика в отношении мигрантов из других регионов РФ	181	42,59	1	52,53	1
Политика в отношении трудовых мигрантов из других стран	32	23,9	2	44,66	2
Краеведение	11	2,73	12	3,91	12

*Источник данных: составлено автором на основе проведенных расчетов содержания текстов в группах «ВКонтакте» с помощью технологии Big Data.

Активность комментирования и копирования постов о политике в отношении мигрантов из других регионов РФ (соответствующие показатели – 42,59 и 52,53; первая ранговая позиция) и политике интеграции трудовых мигрантов из других государств (соответствующие показатели – 23,9 и 44,66; вторая ранговая позиция) оказалась самой высокой. Самая популярная по количеству постов тема топонимики оказалась только на третьей позиции.

Обсуждение праздничных и памятных дней, занимающее по числу постов вторую позицию, по активности копирования и комментирования находится на десятой позиции. Вероятно, эти мероприятия воспринимаются жителями Екатеринбургской агломерации как рутинизированные. Вялым оказалось и обсуждение вопросов включенности территориального сообщества в решение экологических проблем. Поскольку любой мегаполис сталкивается с ними, напрашивается вывод о переносе жителями ответственности за их решение на органы власти.

Онлайн-обсуждение тематических направлений политики территориальной идентичности жителями Челябинской агломерации

В анализируемом массиве постов онлайн-сообществ «ВК» жителей Челябинской агломерации связанные с политикой идентичности сообщения составляют 29,04 % (табл. 4), что меньше, чем в группах, относящихся к Екатеринбургской агломерации.

Таблица 4

**Тональность постов по направлениям политики идентичности
онлайн-сообществ Челябинской агломерации в «ВК»
(1.01.2023–30.03.2024)**

Тематические направления обсуждения	Позитивная тональность		Нейтральная тональность		Негативная тональность		Комплексная оценка в комментарии		Всего постов по темам		Ранговая позиция числа постов по определенной тематике
	Число постов	Процент от числа постов по теме	Число постов	Процент от числа постов по теме	Число постов	Процент от числа постов по теме	Число постов	Процент от числа постов по теме	Число постов	Процент от числа постов о политике идентичности	
Топонимика	1026	12,48	4867	59,24	2116	25,75	207	2,53	8216	50,99	1
Праздничные и памятные дни	1423	54,69	962	36,97	100	3,84	117	4,5	2602	16,15	2
Учебные курсы	457	20,72	1211	54,90	472	21,40	66	2,98	2206	13,69	3
Культурные события	445	35,43	729	58,04	35	2,79	47	3,74	1256	7,79	4
Экологические проблемы	102	15,91	460	71,76	55	8,58	24	3,75	641	3,98	5
Памятники	84	17,07	321	65,24	46	9,35	41	8,34	492	3,05	6
Театральные постановки	49	17,01	191	66,32	37	12,85	11	3,82	288	1,79	7
Музейные экспозиции	45	28,66	101	64,33	0	0	11	7,01	157	0,97	8
Политика в отношении мигрантов из других регионов РФ	11	7,28	72	47,68	67	44,37	1	0,67	151	0,94	9
Политика в отношении трудовых мигрантов из других стран	1	1,59	54	85,71	8	12,70	0	0	63	0,39	10
Выставки	19	50,00	17	44,74	0	0	2	5,26	38	0,24	11
Краеведение	2	66,7	1	33,3	0	0	0	0	3	0,02	12
Всего постов по мероприятиям политики идентичности за изучаемый период	3664	22,74	8986	55,77	2936	18,22	527	3,27	16 113	100,00	
Количество постов за изучаемый период на темы, не относящиеся к политике идентичности	7594	19,29	23 929	60,79	6914	17,56	927	2,35	39 364		
Всего постов в онлайн-сообществах за изучаемый период	11258	20,29	32 915	59,33	9850	17,76	1454	2,62	55 477		

*Источник данных: составлено автором на основе проведенных расчетов содержания текстов в группах «ВКонтакте» с помощью технологии Big Data.

В онлайн-сообществах «ВК» Челябинской агломерации выделяются четыре группы тематических направлений политики идентичности, существенно различающихся по количеству постов. Безусловным лидером является топографическая тема (почти 51 % всех постов). Во второй тематической группе представлены праздничные и памятные дни, учебные курсы и темы занятий в учебных учреждениях (соответственно 16,15 и 13,69 % постов). К третьей группе относятся посты о культурных событиях (7,79 %), экологических проблемах (3,98 %) и памятниках (3,05 %). Наконец, к группе тем «аутсайдеров», крайне редко встречающихся в постах (все менее 2 %), относятся театральные постановки, музейные экспозиции, выставки, открытия в области краеведения, темы интеграции в принимающее сообщество мигрантов из других регионов РФ и трудовых мигрантов из других стран.

Культурная жизнь в ядре-мегаполисе Челябинской агломерации активна; очень небольшое количество сообщений на эту тему свидетельствует о расслоении населения по культурному уровню и стилю жизни и их сосредоточенности, скорее всего, на практических задачах жизнеобеспечения.

Анализ тональности высказываний по всему массиву групп «ВК» показал сходство распределений постов с положительно, нейтрально, негативно и комбинированно окрашенных сообщений с группой относящихся к политике территориальной идентичности сообщений (соответственно 22,74, 55,77, 18,22, 3,27 %), и с группой сообщений на другие темы (соответственно 19,29, 60,79, 17,56, 2,35 %).

Во всех постах, за исключением темы краеведческих открытий, доминирует нейтральная тональность. Позитивная тональность превалирует над негативной в большинстве сообщений, связанных с культурной тематикой. В посвященных праздничным и памятным дням постах этот показатель составляет соответственно 54,69 и 3,84 %, в сообщениях о театральных постановках – 17,01 и 12,85 %, о памятниках – 17,07 и 9,35 %, о культурных событиях – 35,43 и 2,79 %. Постов, посвященных участию жителей в программах по решению экологических проблем, немного; здесь также наблюдается положительный баланс тональности – 15,91 и 8,58 %. В постах о выставках и музейных экспозициях положительных сообщений соответственно 50,00 и 28,66 %, негативных нет совсем.

Следует обратить внимание на проблемы с «краеведческими» учебными курсами и соответствующими темами в обществоведческом блоке предметов в образовательных учреждениях: при доминировании (54,90 %) постов с нейтральной тональностью доля сообщений с негативной (21,40 %) уже больше сообщений с позитивной тональностью (20,72 %). Более сложная ситуация с тематикой постов, посвященных локальной, городской и региональной топонимике (12,48 % позитивных высказываний против 25,75 % негативных). Инструментарий данного исследования не позволяет ответить на вопрос, в чем причина такой ситуации, но это важный «звонок» для органов государственного управления и образовательных организаций.

Самого пристального внимания заслуживают посты о мигрантах. Пропорция позитивных и отрицательных сообщений о политике в отношении мигрантов из других регионов РФ – 7,28 % против 44,37 %, в отношении трудовых мигрантов из других стран – 1,59 % против 12,70 %.

Реакция участников интернет-сообществ в Челябинской агломерации (табл. 5) показывает конгруэнтность количества постов по тематическим направлениям числу просмотров, репостов, лайков и комментариев. Значимых отличий интенсивности реакций на посты не обнаружено.

Дополнительно вычислена пропорция комментариев и репостов к количеству публикаций по соответствующей теме (табл. 6).

Жители Челябинской и Екатеринбургской агломераций являются больше людьми «онлайн-действия», чем слова: среднее число комментариев по всем направлениям оказалось ниже, чем число репостов. «Горячей» темой является политика интеграции мигрантов из других регионов РФ: при небольшом количестве постов по этой теме (151 во всех онлайн-сообществах агломерации за 15 месяцев, девятая ранговая позиция из 12) именно они получили самый активный отклик (96,34 комментариев и 115,68 перепостов на сообщение).

**Реакции участников онлайн-сообществ Челябинской агломерации в «ВК» на посты о направлениях политики идентичности
(1.01.2023–30.03.2024)**

Темы постов	Просмотры		Лайки / дизлайки		Комментарии		Репосты		
	Число просмотров	Процент просмотров по теме	Ранговая позиция по числу просмотров	Количество лайков / дизлайков	Процент позиция по числу лайков / дизлайков по теме	Число комментариев	Процент комментариев по теме	Число репостов	Процент репостов по теме
Топонимика	196 335 001	55,26	1	1 238 480	48,03	1	277 422	59,96	1
Праздничные и памятные дни	47 832 533	13,46	2	504 269	19,56	2	46 682	10,09	3
Учебные курсы в школах, лицеях, колледжах	41 191 411	11,59	3	224 010	8,69	3	47 130	10,19	2
Культурные события	24 256 078	6,83	4	219 846	8,53	4	28 453	6,15	4
Обсуждение / решение экологических проблем	14 219 244	4,00	5	81 735	3,17	6	19 212	4,15	5
Памятники	12 327 648	3,47	6	171 692	6,66	5	14 854	3,21	6
Театральные постановки	7 334 855	2,06	7	53 338	2,07	7	9953	2,15	8
Политика в отношении мигрантов из других регионов России	6 285 192	1,77	8	47 691	1,85	8	14 548	3,14	7
Музейные экспозиции	3 404 852	0,96	9	22 825	0,86	9	2728	0,59	9
Политика в населенном пункте / регионе в отношении трудовых мигрантов из других государств	1 310 204	0,37	10	5353	0,22	11	1148	0,25	10
Выставки	641 480	0,19	11	6877	0,27	10	444	0,1	11
Краеведение	143 546	0,04	12	2295	0,09	105	0,02	12	241
Всего по темам, связанным с темой политики идентичности	355 282 044	100		2 578 411	100	12	462 679	100	1 065 812
Другие темы, не связанные с темой политики идентичности	862 788 938			7 291 608			1 271 681		2 854 703
Всего	1 218 070 981			9 870 019			1 734 360		3 920 515

*Источник данных: составлено автором на основе проведенных расчетов содержания текстов в группах «ВКонтакте» с помощью технологии Big Data.

Таблица 6

Интенсивность обсуждения участниками онлайн-сообществ Челябинской агломерации в «ВК» направлений политики идентичности (01.01.2023–30.03.2024)

Тематические направления	Всего постов	Активность комментирования по тематическому направлению	Ранговая позиция активности комментирования	Активность копирования постов по тематическому направлению	Ранговая позиция активности копирования постов
Топонимика	8216	33,76	3	75,28	4
Праздничные и памятные дни	2602	17,94	9	45,41	11
Учебные курсы	2206	21,36	7	57,02	10
Культурные события	1256	22,65	6	58,71	8
Экологические проблемы	641	29,97	5	63,68	6
Памятники	492	30,19	4	57,55	9
Театральные постановки	288	34,56	2	96,60	2
Музейные экспозиции	157	17,38	10	60,96	7
Политика в отношении мигрантов из других регионов РФ	151	96,34	1	115,68	1
Политика в отношении трудовых мигрантов из других стран	63	18,22	8	69,08	5
Выставки	38	11,68	11	27,97	12
Краеведение	3	35	12	80,33	3

*Источник данных: составлено автором на основе проведенных расчетов содержания текстов в группах «ВКонтакте» с помощью технологии Big Data.

Высокий интерес при небольшом количестве постов жителей Челябинской агломерации вызывает тема театральных постановок (288 постов, седьмая ранговая позиция; в среднем 34,56 комментариев на пост, вторая ранговая позиция; 96,6 репостов каждого сообщения, вторая ранговая позиция).

Невысокий коэффициент активности комментирования (17,94, девятая ранговая позиция) и репостов (45,42, 11-я ранговая позиция) у сообщений о праздниках и днях памяти, что связано, на наш взгляд, с рутинизацией восприятия этих мероприятий участием в них жителей в качестве зрителей или «массовки».

Заключение

Проведенный с помощью технологии Big Data количественный анализ коммуникации в группах «ВК» как отражения проводимой в Екатеринбургской и Челябинской агломерациях территориальной политики идентичности показал относительно невысокую активность обсуждения проектов и мероприятий. Доминирует нейтральная тональность постов и комментариев, участники онлайн-групп в большей степени предпочитают выражать свое согласие с размещенной информацией лайками и репостами, чем писать комментарии. Некоторые исключительно значимые направления политики территориальной идентичности, например культурные мероприятия в агломерациях, часто не являются информационным поводом для их обсуждения жителями.

Почти половина тематических направлений действий органов власти, образовательных и культурных учреждений, общественных объединений, связанных с проведением политики территориальной идентичности, представлена в сообществах «ВКонтакте» слабо. Исключение составляют посты с топономической тематикой. Географическая, пространственная «привязка» для уральцев исключительно значима. На наш взгляд, заслуживает особого внимания тема усиления краеведческого компонента в учебных курсах средних и высших образовательных учреждений: жители охотно обсуждают эту тему. Политика территориальной идентичности в населенных пунктах агломераций не только не препятствует формированию государственной и гражданской идентичности, но при грамотном акцентировании информации способствует усилению именно конструктивных моделей.

Относительно невысока активность обсуждения праздников и памятных дней, что может объясняться рутинизацией формата проведения этих мероприятий. Наблюдается низкая вовлеченность жителей в обсуждение способов решения местных экологических проблем на территориальных онлайн-площадках, хотя в тематических экологических онлайн-сообществах жители промышленных уральских агломераций активны.

Реакция населения на сообщения по поводу действий в отношении переселенцев из других регионов РФ и трудовых мигрантов из зарубежных стран заслуживает дополнительного внимания органов власти. Государственная политика интеграции в принимающее сообщество данных социальных категорий исключительно важна. При незначительном количестве постов на эту тему в онлайн-сообществах двух уральских агломераций наблюдается отрицательный баланс тональности сообщений, а также большое количество комментариев и репостов, что свидетельствует о наличии «болевых точек» в данной теме для жителей анализируемых территорий.

Рабочая гипотеза о том, что коммуникация инициированных и модерируемых «снизу» территориальных онлайн-групп в двух уральских агломерациях является средством сплочения жителей и усиления их территориальной идентичности (как это наблюдается, например, в Московской агломерации) подтвердилась не в полной мере; в анализируемых случаях активность коммуникации в «ВК» жителей по поводу проводимых в Екатеринбургской и Челябинской агломерациях мероприятий, способствующих формированию сообществ, невысока.

При дополнительном содержательном анализе реакций на посты групп «ВК» выявлено, что внимание жителей не концентрируется специально на конкретных организациях, реализующих тот или иной проект. Интерес вызывают связанные с территориальной политикой идентичности мероприятия, при проведении которых звучат имена известных жителей (из прошлого и настоящего) данных районов. Тема гордости населения «нашими» известными людьми – теми, кто в прошлом или настоящем внес свой вклад в развитие населенных пунктов Екатеринбургской и Челябинской агломераций, – имеет символический характер. Доля упоминаний конкретных людей при обсуждении топонимических вопросов, конкретных культурных мероприятий, специализированных выставок и музеиных экспозиций, участия в праздничных и памятных днях, материалов учебных курсов, установки или реконструкции памятников, краеведческих находок достаточно высока. Парадокс заключается в том, что сами эти акторы, как правило, целенаправленно и осознанно в политике территориальной идентичности не участвуют, но объективно способствуют формированию позитивного образа населенных пунктов агломераций в глазах жителей.

Общая гипотеза о совпадении реакции жителей на проводимую в Екатеринбургской и Челябинской агломерациях политику территориальной идентичности в целом подтвердилась.

Финансовая поддержка:

Исследование выполнено в СПбГУ при финансовой поддержке Российского научного фонда в рамках научного проекта № 23-28-00933 «Политика идентичности в российских агломерациях в контексте международного опыта».

Список литературы / References

- Абдуллина, Л. Р. (2014) ‘Эволюция жанра комментария: теоретический аспект’, *Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение*, 7 (336), 89, сс. 129–132. [Abdullina, L. R. (2014). ‘The evolution of the commentary genre: the theoretical aspect’ [Evolyutsiya zhanra kommentariya: teorecheskiy aspekt], *Vestnik Chelyabinskogo gosudarstvennogo universiteta, Filologiya. Iskusstvovedenie*, 7 (336), 89, pp. 129–132. (In Russ.)].
- Архипов, И. А. (2024) ‘Российская городская среда как политическое поле’, *Вестник Пермского университета. Политология*, 18, сс. 143–148. [Arkhipov I. (2024). ‘Russian urban environment as a political field’ [Rossiyskaya gorodskaya sreda kak politicheskoye pole], *Vestnik Permskogo universiteta. Politologiya*, 18(2), pp. 143–148. (In Russ.)].
- Байнова, М. С. (2021) ‘Соседские группы в социальных сетях как форма территориальной идентичности’, *Социальный урбанизм: время и пространство городской жизни: Сборник научных трудов по итогам Международной научно-практической онлайн конференции, 25–26 сентября 2020 г.* Саратов: Сарат. гос. техн. ун-т, сс. 29–31. [Baynova, M. S. (2021). ‘Neighborhood groups in social networks as a form of territorial identity’ [Sosedskiye gruppy v sotsial'nykh setyakh kak forma territorial'noy identichnosti], *Sotsial'nyy urbanizm: vremya i prostranstvo gorodskoy zhizni: Sbornik nauchnykh trudov po itogam Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy onlayn konferentsii, 25-26 sentyabrya 2020 g.* Saratov: Saratov. state tech. univ, pp. 29–31. (In Russ.)].
- Беркинг, Х., Лев, М. (ред.) (2017) *Собственная логика городов: новые подходы в урбанистике*. М.: Новое литературное обозрение. [Berking, H. & Lev, M. (eds.) (2017) *The Logic of Cities: New Approaches in Urban Studies* [Sobstvennaya logika gorodov: novye podkhody v urbaniistike]. Moskva: Novoye literaturnoye obozreniye. (In Russ.).]
- Богомягкова, Е. С., Харманская, Э. Ю. (2024) ‘Социальные сети как фреймы: анализ пользовательского опыта’, *Журнал социологии и социальной антропологии*, 27 (3), сс. 168–195. [Bogomyagkova, E., Kharmanskaya, E. (2024) ‘Social net-works as frames: user experience analysis’ [Sotsial'nyye seti kak freymy: analiz pol'zovatel'skogo opyta], *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii*, 27 (3), pp. 168–195. (In Russ.)]. DOI: 10.31119/jssa.2024.27.3.6 EDN: HWJTVS
- Воробьева, И. Н. (2023) ‘Территориальная идентичность населения как фактор и следствие социального участия’, *Социологическая наука и социальная практика*, 11 (1), сс. 70–85. [Vorobeva, I. N. (2023) ‘Territorial identity of the population as a factor and consequence of social participation’ [Territorial'naya identichnost' naseleniya kak faktor i sledstviye sotsial'nogo uchastiya]. *Sociologicheskaja nauka i social'naja praktika*, 11(1), pp. 70–85. (In Russ.)]. DOI 10.19181/snp.2023.11.1.4. EDN: URTMTB
- Гаман-Голутвина, О. В. (2024) ‘Концепт идентичности: движение от абстрактного к конкретному’, *Полис. Политические исследования*, 3, сс. 177–191. [Gaman-Golutvina, O.V. (2024) ‘The concept of identity: movement from the abstract to the concrete’ [Kontsept identichnosti: dvizheniye ot abstraktnogo k konkretnomu], *Polis. Politicheskiye issledovaniya*, 3, pp. 177–191. (In Russ.)]. DOI: 10.17976/jpps/2024.03.12 EDN: FKLGZW
- Замятин, Н. (2012a) ‘Территориальные идентичности и реконфигурации социального пространства’, *Политическая идентичность и политика идентичности*, 2. М.: РОССПЭН, сс. 411–429. [Zamyatina N. (2012a) ‘Territorial identities and reconfiguration of social space’ [Territorialnye identichnosti i rekonfiguracii socialnogo prostранства]. *Politicheskaya identichnost i politika identichnosti*, 2. Moskva: ROSSPEN, pp. 411–429 (In Russ.)].
- Замятин, Н. Ю. (2012b) ‘Территориальные идентичности и социальные структуры’, *Общественные науки и современность*, 5, сс. 151–163. [Zamyatina, N. Yu. (2012b) ‘Territorial identities and social structures’ [Territorial'nyye identichnosti i sotsial'nyye struktury]. *Obshchestvennye nauki i sovremenost'*, 5, pp. 151–163. (In Russ.)].
- Зверева, Е. А., Шестерина, А. М. (2023) ‘Интерактивный компонент медиаконтента как средство формирования комьюнити’, *Медиалингвистика*, 10(3),

- cc. 407–423. [Zvereva, E. A., Shesterina, A. M. (2023) ‘Interactive component of media content as a means of community formation’ [Interaktivnyy komponent mediamonta kak sredstvo formirovaniya kom'yuniti]. *Medialingvistika*, 10 (3), pp. 407–423. (In Russ.)].
- Казяба, В. В., Щипицина, Л. Ю. (2023) ‘Urban –media – verbal: теоретическая модель вербального имиджа города в социальных медиа’, *Научный результат. Вопросы теоретической и прикладной лингвистики*, 9 (4), сс. 4–30. [Kaziaba, V. V., Shchipitsina, L. Yu. (2023) ‘Urban – media – verbal: a theoretical model of the verbal city image in social media’ [Urban –media – verbal: teoreticheskaya model' verbal'nogo imidzha goroda v sotsial'nykh media], *Nauchnyy rezul'tat. Voprosy teorecheskoy i prikladnoy lingvistiki*, 9 (4), pp. 4–30. (In Russ.)]. DOI: 10.18413/2313-8912-2023-9-4-0-1 EDN: ALIPNI
- Калашникова, С. К., Погодина, М. Я. (2024) ‘Методологические проблемы современных исследований территориальной идентичности: город, агломерация, регион’, *Политическая наука*, 1, сс. 233–258. [Kalashnikova, S. K., Pogodina M.Y. (2024). ‘Methodological problems of territorial identity studies: city, agglomeration, region’ [Metodologicheskiye problemy sovremennykh issledovaniy territorial'noy identichnosti: gorod, aglomeratsiya, region], *Politicheskaya nauka*, 1, cc. 233–258. (In Russ.)]. DOI: 10.31249/poln/2024.01.09 EDN: UKUSLU
- Мадиану, М., Миллер, Д. (2018) ‘Полимедиа: новый подход к пониманию цифровых средств коммуникации в межличностном общении’, *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 1 (143), сс. 334–356. [Madianou, M., Miller, D. (2018) ‘Polymedia: Towards a new theory of digital media in interpersonal communication’ [Polimedia: novyy podkhod k ponimaniyu tsifrovyykh sredstv kommunikatsii v mezhllichnostnom obshchenii], *Monitoring obshhestvennogo mneniya: ekonomicheskie i social'nye peremeny*, 1(143), pp. 334–356. (In Russ.)]. DOI 10.14515/monitoring.2018.1.17. EDN: YQUCSQ
- Месеняшина, Л. А. (2023) ‘О жанровой природе сетевого комментария’, *Знак: проблемное поле медиаобразования*, 2 (48), сс. 127–132. [Mesenyashina, L. A. (2023.) ‘On the genre nature of online commentary’ [O zhanchrovoj prirode setevogo kommentariya]. *Znak: problemnoye pole mediaobrazovaniya*, 2 (48), pp. 127–132. (In Russ.)]. DOI: 10.47475/2070-0695-2023-48-2-127-132 EDN: UMZERC
- Мирошниченко, И. В., Морозова, Е. В. (2021) ‘Сетевые сообщества как субъекты формирования городской повестки дня (на примере движения «Помоги городу»)’, *Политическая экспертиза: ПОЛИТЭКС*, 17 (2), сс. 135–149. [Miroshnichenko, I. V., Morozova, E. V. (2021). ‘Network communities as agencies for the formation of city’s agenda (the case of “Help the City” movement)’ [Setevyye soobshchestva kak sub"yekty formirovaniya gorodskoy povestki dnya (na primere dvizheniya «Pomogi gorodu»)], *Politicheskaya ekspertiza: POLITEKS*, 17(2), pp. 135–149. (In Russ.)]. DOI: DOI: 10.21638/spbu23.2021.202 EDN: NQAICK
- Окунев, И. Ю. (2018) ‘ТERRITORIALNAYA I PROSTOROVENNAYA IDENTICHNOST’: konseptualizatsiya bazovykh понятий’, *Sravnitel'naya politika*, 1, сс. 18–25. [Okun'ev, I.Yu. (2018) ‘Territorial and spatial identity: New approach to the basic concepts’ [Territorial'naya i prostranstvennaya identichnost': kontseptualizatsiya bazovykh ponyatiy], *Sravnitel'naya politika*, 1, pp. 18–25. (In Russ.)]. DOI: 10.18611/2221-3279-2018-9-1-18-25.
- Пакшина, И. А. (2020) ‘Исследование городской идентичности в интернет-сообществах (по результатам качественного анализа)’, *Научный результат. Социология и управление*, 6 (2), сс. 19–35. [Pakshina, I. A. (2020). ‘Research of the urban identity in online communities (based on the results of qualitative analysis)’ [Issledovaniye gorodskoy identichnosti v internet-soobshchestvakh (po rezul'tatam kachestvennogo analiza)], *Nauchnyy rezul'tat. Sotsiologiya i upravleniye*, 6 (2), pp. 19–35. (In Russ.)]. DOI: 10.18413/2408-9338-2020-6-2-0-2 EDN: NAGOXH
- Печеркина, И. Ф., Кошкина, А. А., Хузяхметов, Р. Р. (2021) ‘Территориальная идентичность в социальном пространстве’, *Вестник Тюменского государственного*

- университета. Социально-экономические и правовые исследования, 7, 4 (28), сс. 85–101. [Pecherkina, I. F. Koshkina, A. A., Khuzayakhmetov, R. R. (2021). ‘Territorial identity in social space’ [Territorial'naya identichnost' v sotsial'nom prostranstve], *Vestnik Tyumenskogo gosudarstvennogo universiteta. Sotsial'no-ekonomicheskiye i pravovyye issledovaniya*, 7, 4 (28), pp. 85-101. (In Russ.).] DOI: 10.21684/2411-7897-2021-7-4-85-101 EDN: NTFDBD
- Попова, О. В. Гришин, Н. В. (2024) ‘Вопросы политики идентичности агломераций в высказываниях российских региональных политиков: дискурс-анализ материалов «ВКонтакте»’, *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 3, сс. 335–357. [Popova, O.V., Grishin, N.V. (2024) ‘Issues of the identity policy of agglomerations in the statements of Russian regional politicians: discourse analysis of VKontakte materials’ [Voprosy politiki identichnosti aglomeratsiy v vyskazyvaniyakh rossiyskikh regional'nykh politikov: diskurs-analiz materialov «VKontakte»], *Galactica Media: Journal of Media Studies*, 3, pp. 335–357. (In Russ.).] DOI: 10.46539/gmd.v6i3.464
- Савельева, И. В. (2021) *Непрофессиональный политический дискурс: лингвопрагматический и лингвоперсонологический аспекты*. СПб.: Наукоемкие технологии, 139 с. [Savelyeva, I. V. (2021) *Unprofessional political discourse: linguopragmatic and linguopersonological aspects* [Neprofessional'nyy politicheskiy diskurs: lingvopragmatischekiy i lingvopersonologicheskiy aspekty], Sankt-Peterburg.: Naukoyemkiye technologii, 139 p. (In Russ.).] EDN: FJZEUD
- Семененко, И. С. (2023) ‘Перспективы идентитарных исследований и российские приоритеты’, в: *Идентичность: личность, общество, политика. Новые контуры исследовательского поля*. М.: Весь мир, сс. 431–438. [Semenenko, I.S. (2023). ‘Prospects of Identitarian Studies and Russian Priorities’ [Perspektivy identitarnykh issledovaniy i rossiyskiye priority]. In: *Identichnost': lichnost', obshchestvo, politika. Novyye kontury issledovatel'skogo polya*, Moskva: Ves' mir, pp. 431–438. (In Russ.).]
- Стрелецкий, Б. Н. (2021) ‘Территориальная идентичность как тема исследований в зарубежной географии в конце XX и первые десятилетия XXI веков’, *Региональные исследования*, 3, сс. 62–75. [Streletsy, V. N. (2021). ‘Territorial identity as a research topic in foreign geography in the late twentieth and first decades of the twenty-first centuries’ [Territorial'naya identichnost' kak tema issledovaniy v zarubezhnoy geografii v kontse KXKH i pervyye desyatilietya XXI vekov], *Regional'nyye issledovaniya*, 3, pp. 62–75. (In Russ.).] DOI: 10.5922/1994-5280-2021-3-6 EDN: TPFFMZ
- Фадеева, Л. А. (2024) ‘Конструктивные подходы к анализу конструируемой идентичности’, *Современная Европа*, 2, сс. 175–183. [Fadeeva, L. A. (2024). ‘Constructive Approaches to Analysis of Constructed Identity’ [Konstruktivnyye podkhody k analizu konstruiruyemoy identichnosti]. *Sovremennaya Yevropa*, 2, pp. 175–183. (In Russ.).] DOI: 10.31857/S0201708324020141 EDN: NXVEIO
- Elliott, A. (eds.) (2019) *Routledge Handbook of Identity Studies*. Milton Park, Abington: Routledge, 454 p.
- Hjarvard, S. (2008) ‘The Mediatization of Society. A Theory of the Media as Agents of Social and Cultural Change’, *Nordicom Review*, 29 (2), pp. 105–134.
- Rokkan, S., & Urwin, D. (1982) *The Politics of Territorial Identity: Studies in European Regionalism*. Beverly Hills, London: Sage Publications, 438 p.
- Terlouw, K. (2018) *Local Identities and Politics. Negotiating the Old and the New*. London: Routledge Focus, 154 p.

Статья поступила в редакцию: 30.03.2025
Статья принята к печати: 30.04.2025

THE TERRITORIAL IDENTITY POLICY IN ONLINE COMMUNICATION OF THE URAL AGGLOMERATION POPULATION

O. Popova

Olga Popova, Doctor of Political Science, Professor, Senior Researcher, Saint Petersburg State University, Saint Petersburg, Russia.

E-mail: pov_64@mail.ru, o.popova@spbu.ru (ORCID: 0000-0002-0701-7767. Researcher ID: AAE-8870-2022).

Abstract

Communication in online communities that unite residents of certain localities contributes to the formation of territorial communities and the image of a place of residence as “one’s own”. In this study, the objects of analysis were VKontakte groups initiated and moderated by ordinary residents of settlements included in Yekaterinburg and Chelyabinsk agglomerations with a megalopolis core. The sample included 14 such online communities. The subject of the analysis is the topics discussed in online communities, which, based on a preliminary analysis of real practices in these agglomerations, were defined as constituent elements of the implementation of territorial identity policy by government bodies and other political and non-political actors to whom the institutions of public administration have delegated the relevant functions, powers, resources and responsibilities. The time period of the study is from the beginning of January 2023 to the end of March 2024. Big Data analysis technology was used. With its help, all posts, their tone, number of views, likes/dislikes, comments and reposts were analyzed for 12 main types of events that contribute to the formation of territorial identity at the city and local levels, when both the locality and other people living in it become “ours” to an equal extent. The analysis showed a high degree of similarity in the nature of communication on these issues in the VK groups of residents of the Yekaterinburg and Chelyabinsk agglomerations. The most significant issues were related to toponymy, holidays and memorable days, and educational courses. Almost half of the pre-selected thematic areas of territorial identity policy are discussed rather sluggishly. Although cultural life is active in both agglomerations, this information rarely becomes a subject of discussion in the territorial online communities themselves. Residents of both agglomerations are “people of online action”: it is easier for them to repost information than to discuss it meaningfully. It is necessary to pay attention to the hidden social tensions regarding the implementation of the policy of integration into the host community of migrants from other regions of Russia and labor migrants from other countries.

Keywords: territorial identity policy; Yekaterinburg agglomeration; Chelyabinsk agglomeration; communication in social networks; online communities; VKontakte.

Financial support: The study was carried out at St. Petersburg State University with the financial support of the Russian Science Foundation within the framework of scientific project No. 23-28-00933 “Identity Policy in Russian Agglomerations in the Context of International Experience”.