

ГОДИШНИК НА СОФИЙСКИЯ УНИВЕРСИТЕТ „СВ. КЛИМЕНТ ОХРИДСКИ“

ГЕОЛОГО-ГЕОГРАФСКИ ФАКУЛТЕТ

Книга 2 – ГЕОГРАФИЯ

Том 110

ANNUAL OF SOFIA UNIVERSITY “ST. KLIMENT OHRIDSKI”

FACULTY OF GEOLOGY AND GEOGRAPHY

Book 2 – GEOGRAPHY

Volume 110

СЪВРЕМЕННИТЕ ОБЩЕСТВЕНИ ПРОЦЕСИ ПРЕЗ ПРОЧИТА НА СОЦИАЛНО-ИКОНОМИЧЕСКАТА ГЕОГРАФИЯ

КАЛИНА МИЛКОВА

Катедра Социално-икономическа география
e-mail: kalina_milkova@abv.bg

Kalina Milkova. THE CONTEMPORARY SOCIAL PROCESSES THROUGH READING THE SOCIO-ECONOMIC GEOGRAPHY

The socio-economic geography “dissolves” more and more into the social medium, draws closer to the daily life, to the political and cultural practice, gaining in this way freedom for scientific interpretation and analysis of the processes: globalization, mobility, identity, accessibility, creation of borders, of spatial images and myths, seen through the prism of the localities. Socio-economic and cultural manifestation without geographical context is deprived of a complete experience, which results in a kind of rehabilitation of the geographical knowledge. The separation of the policies from the geographical realities reflects on the institutional vacuum, the gaps in the social exchange, the social trust, the social capital. The collision between the globalization and the local cultures demands a new type of geographical studies and governing decision that could be backed with arguments by the regional human geography.

The social geography should not be simply perceived as cataloguing and making inventories of resources and localities, but also understood in the spirit of the successful attempts to rationalize the territorial aspects of the social evolution and interpret the significance of the localities. In this discourse we register the necessity of studying the mental regional borders and areas, the typology of the territories in terms of the potential for adaptation to the present-day turbulence, the manners and styles of living, the territorial identities and the spatial images, the metaphorical, subjective, and mythological approaches in identifying the localities.

Key words: globalization, mobility, accessibility, diversity, creative localities, mental borders.

За съвременността са характерни осезателни и необратими социално-икономически и културни трансформации, с изразени геополитически нюанси. Те се развиват в условията на пространствено-времева компресия, интерпретирана в различни мест-

ни сценарии. Постмодерната ситуация се характеризира с плурализъм, разнообразие, мобилност, случайност и амбивалентност (Бауман, 2001). Процесите на глобализация и регионализация, на диференциация и интеграция оставят различни пространствени „отпечатъци“ в променящата се среда. Ако социологичната наука ги интерпретира съдържателно, теоретично и концептуално, то обществената география „дешифрира“ и анализира техните пространствени кодове. Еволюционните състояния на обществените системи се верифицират и в териториалните структури, поради което са обект на географски прочит. Процесите на адаптация, трансформация и инкорпориране на териториалните системи очертават техния обществен статус, който създава световната социокултурна карта. Географската научна рамка дава аргументи за типизиране на местата съобразно сценариите за обществени трансформации, на подходи както за опознаване и диференциране на териториите, така и за целесъобразното им управление. В този контекст е нашият интерес към темата, провокиран и от известно несъответствие между бързо променящата се среда и сравнително бавните изменения в методологията и подходите на социално-географския клон в България.

Все по-трудно се извличат обобщения от многопосочните информационни потоци, които трудно се структурират, а проявата на хибридни и мултикултурни форми на териториална организация на обществото води до множеството локални специфики. Всички аспекти на човешката дейност са пронизани от глобалната циркулираща информация, от сферата на комуникация, взаимодействия, мрежи, глобални пазари и технологии, което създава и новата геоинформационна парадигма в географията. Преходът от национално индустриално общество към глобално информационно общество е свързан с неустойчивост, с голяма скорост на преобразувания, които в определени територии могат да създават кризисна ситуация. Не е за пренебрегване фактът, че някои региони влизат в XXI в. с мисленето си от индустриалната система на XX в. – индикатор за изостаналост, непрестижна репутация и възможна симптоматика за териториални конфликти. Очевидна е потребността от технологиите и техниките на териториалния мониторинг и медиация, които могат да идентифицират нови ориентири и визия за пространствено развитие. Този фокус обогатява обществената функция на съвременното географско познание, поради което го отбелязваме в разработката.

В хода на глобализацията се унифицират редица икономически и културни явления и процеси, но паралелно с това се провокират различни локални стереотипи. Последните, верни или грешни, но те са начините, по които мислим за категориите (Канеман, 2012). Процесите на социално-икономическо и културно усилване на сходствата и/или различията са неотменим атрибут на обществените трансформации, с ефекта на асиметрично и необратимо социално разслоение. Анализът и осмислянето на обществените трансформации в териториален разрез е заявката за включването на социалната география в обществения научен сценарий. За получаване на обществено и научно признание обаче са необходими не само знания, но и идеи, въображение и действие.

Обемът и сложността на изходните данни изпреварват темповете и методите на изследване на географската наука. В статията ще представим подбрани от нас акценти от представите за променящото се общество на утвърдени социолози, антрополози, философи, политолози, които ще пречупим през гледната точка на географията и ще поставим в дискурса на обществената география. Променящият се социален свят по-

ставя нови предизвикателства към географската наука, част от които ще споделим. Водещата ни теза е, че социално-икономическата география не следва да се възприема само като каталогизиране и инвентаризиране на ресурсите и териториите, а в духа на успешните опити за осмисляне на еволюцията на обществото по територията, на пространствените отношения между природата и териториалните общности и значимостта на местата.

Настоящата разработка е мотивирана и от споделените от нас научни тези, постановки и концепции за: мрежовата организация на обществото (М. Кастелс); приемането на случайните събития – „черните лебеди“, като невидими, значими и непредсказуеми сили в еволюцията на социално-икономическите процеси и явления (Н. Талеб); създаващите „социални епидемии“ хора и територии, които преобръщат начините на мислене и пространствено поведение (М. Гладуел); „достъпа“ до информация, транспорт, пазар и др. блага – ресурс на XXI век (Дж. Рифкин); неоикономиката с трите съдържателни опори – глобализация, информатизация, социо културни ценности; новите граници на менталното и включването на духовния компонент в икономическия анализ; дискурса за социалната вграденост със силата на слабите връзки в предаването на информация, от една страна, (Полани, Грановетер) и, от друга – отражението им в регионите/местата; турбулентността като ново състояние на нормалност с периодични и спорадични проявления на просперитет и спад (Дж. Каслионе, Ф. Котлър); „трите свята“ – на идеите, природата и човечеството (К. Попър). Всички те имат пряко отражение в съдържателно и структурно отношение върху обществения географски научен блок. Възприемайки науката като форма на рационална рефлексия, на комбинация от метод и точност, на чисто разсъждение и формулиране на идеи, а географията – като наука за синергетиката на човешкото общество в пространството и времето (Родоман), то съвременните процеси на глобализация и регионализация в тяхната териториална диференциация и специфика се вписват в предметната същност на настоящата статия. Днес науката все по-често се определя като комуникативен феномен, като тип дискурс, подчинен на определени правила. Това е и една от причините за афинитета ни към понятието дискурс и неговата употреба в изследването. Социално-икономическата география все повече се „разтваря“ в социума, сближава се с ежедневието, с политическата и с културната практика, което ѝ дава свободата за научна интерпретация и анализ на процесите глобализация, мобилност, териториална идентификация, достъп, формиране и разпадане на граници и гранични състояния, конструиране на пространствени образи и митове през призмата на местата.

Социалните промени в съвременния свят протичат с исторически непозната скорост, която не само усложнява реалиите, но поражда нестабилност в обществения живот, появяват се нови източници на риск, практически не поддаващи се на прогнози (напр. екологични катастрофи). Улрих Бек създава концепцията за рисковото общество, в което екологичните, социалните, политическите и индивидуалните рискове все повече се изплъзват от контрола на институциите на индустриалното общество. „Световният рисков капитализъм генерира съвършено нови екзистенциални разцепления и обвързаности, т. е. общества по съдба, излизаци извън национални, етнически, религиозни и политически граници.“ „Входен билет“ за новия глобален елит е „готовността за живот в хаос“, способността за успех в условия на неустановеност (Бауман,

2003). Неопределеността, създаваща тревога, е цената на новата лична свобода и отговорност. Съвременето може да се опише и като „свят, в който проблемите се разрешават чрез бягство, изплъзване, отпадане и избягване“ (Дичев, 2009). Доминира многообразие от ценности, „изчерпване на утопичната енергия“, преход от трансцендентно към иманентно мислене и възприемане на света. Постмодернизмът е продължение на европейските традиции за свобода и откритост. Все по-голямо внимание се отдава на маргиналните състояния, територии, хора, контактни зони, предизвикано и от полицентризма в света. Скъсява се не само жизнения цикъл на продуктите, но и този на териториите, причина за което са технологии, като: изкуствен интелект, 3D принтиране, биониката, нанотехнологиите и навлизането им във всички сфери на живот. Тези социални конструкти се проявяват със съответните ефекти в териториалните системи, поради което се разместват смисловите полета в обществено-географските проучвания. Определено се задават нови обществени очаквания като цяло от хуманитарните науки, включително и от социално-икономическата география.

През последните десетилетия научната „мода“ се определя преди всичко от глобализацията, доказателство за което е внушителният обем публикации по темата. Фактът, че светът е овладян от процеса на глобализация, е неоспорим и може да се демонстрира във всички сфери на обществен живот. Глобализацията в нейната конфликтно-мрежова парадигма е обвързана не само с икономически дискурси, но и с геополитически, етнонационални, културно-цивилизационни, социално хуманитарни, природно-екологични. В световния процес на натрупване на научно-интелектуален, финансов, военен и др. потенциал, и на силата на глобалните субекти се наблюдава подем в международните отношения, които пораждаат циклично редуване на относително устойчиви, стабилни, неустойчиви и преходни състояния на световната икономика и политика. В мрежата на световните процеси попадат регионалните конфликти, държавите-центрове на геополитически и икономически сили, интернет като световна глобално-информационна мрежа, урбанистичната система от над 300 световни мегаполиси, всеки с население над 1 млн. д., глобалната комуникационна мрежа и др. субекти. Тази мрежова интерпретация на световния ред и хаос е естествен образ-рефлексия на континенталните и трансконтиненталните материални, информационни, финансови и др. потоци. Именно тези особености на глобализацията са една от причините за големия научен интерес. Многобройни са изследванията в България на глобализацията и ефектите от нея (В. Проданов, В. Маринов, З. Младенова, Е. Панушев, Н. Димов, Т. Христов, А. Кръстева, Й. Дичев и много други учени), като мнозинството от тях възприемат глобализацията като необратим процес, подчинен на логиката на технологиите, материалния прогрес, културните ценности и практики. В голяма част от публикациите акцентът е върху икономическите и геополитическите елементи на глобализацията и ефектите от тях, а в хуманитарния кръг науки – върху философските, социално-психологическите и антропогенните. Географията, със своята доминираща пространствено-времева парадигма, успешно се вписва в изследванията на съвременните процеси на глобализация, интерпретирайки ги през призмата на пространствените отношения с регионализацията. Ако континуалната природа на пространството стимулира глобализацията, то дискретната стимулира регионализацията, и така се създава териториалната/географската картина на света.

Някои учени описват глобализацията по-скоро като процес на хомогенизация, с естествени последици като унификация в световното пространство. Тази теза по-скоро разчитаме в нейния контекст за значимостта на глобалните процеси за промяна на местата, но без последните да се възприемаме като унифицирани териториални единици с обезличено локално разнообразие и идентичност. Глобализацията, поставена в дискурса на културните процеси, детерминирана от държави, пазари, движения, всекидневен живот, може да бъде с различна проява: слаба/незначителна – „локалното асимилира глобалното в своята собствена област на практически значения“; силна/значима – „хомогенизация на локалните контексти“ (Фридман, 2004). Едни от следствията от глобализацията са: трансформирането на постмодерното общество в информационно-мрежово; нарастване на влиянието на трансграничните компании за сметка на националните държави; създаване на културни хибриди и мултикултурна среда; движение от „пространство на местата“ към „пространство на потоците“ (Кастелс, 2004). Тези ефекти имат различно пространствено изражение, което едновременно обединява и разграничава близки и отдалечени локации, а социалната география има методологически и методически капацитет да ги фиксира, разчете и използва. Не е изненада появата на понятието глокализация, което изтласква на повърхността локалните процеси на глобално ниво, вместо процесите на сливане и унификация. Първата глокална организация (Glocal Forum, 2001 г.) има за цел ускорено световно развитие чрез стимулиране на местното и повишено внимание към локалните проблеми. Този акцент върху регионалните/местните сценарии на глобализацията има добри позиции в изследователското поле на социалната география. Научен интерес за нас представляват възможностите за адаптация на различните територии към глобализацията, загубата и/или запазването на самобитността и „духа“ на мястото, извеждането на водещи локални пространствени стереотипи, типизация и класификация на местата съобразно техния адаптивен потенциал, гъвкавост/застиналост и отвореност/затвореност към промените.

Своите виждания за географските измерения на икономическата глобализация, в частност миграцията на чужди капитали в България, сме изложили и аргументирали в дисертационния си труд (Милкова, 2015). Разкриването на пространствените ефекти от глобализацията и регионализацията от гледна точка на териториалната организация и самоорганизация, са опорни точки в географските ни изследвания и едни от нашите изследователски приоритети. В България, както в световното икономическо пространство, се регистрира своеобразна „териториязация на глобализацията“ и паралелно вървяща с нея „глобализация на територията“. Доказа се, че информационната и пространствената икономическа мобилност, известната стандартизация в начина на живот и в културните модели на териториалните общности създават ефекта за включване на отделни места в успешния сегмент на глобалния свят. Обосновахме агломерационно-урбанизационен ефект от глобализацията чрез концентрацията на разнообразни чуждестранни икономически субекти в определени места, и локализационен ефект – в територии, привлекли главно фирми със сходен предмет на дейност (Милкова, 2015). Агломерационният ефект в икономическата компонента на териториалните системи все по-малко се интерпретира като икономия на транспортни разходи, и все повече – като възможност за включване към мрежата от комуникации и възможности. Той е

обвързан с нови индустриални пространства, в които решаваща роля играят високите технологии, с проявено въздействие на пространствени реструктурирания и реорганизация, на „урбанизация на капитала“. Инвестиционните сценарии в България показваха, че креативността е един от основните фактори за локация в големите агломерации, с наличие на комфортни услуги, социална инфраструктура и културно разнообразие на територията. Това се потвърди от проведените интервюта с представители на чуждестранния бизнес. В линейно-площните агломерационни образувания се обособяват привилегирани места, с концентрация на икономически, властови и културни ресурси, икономическо превъзходство в комуникационната мрежа. Такива образувания маркирахме преди всичко в столичния район, Пловдив и някои други по-големи центрове. Локализационните ефекти от глобализацията се проявяват главно в места с ясно изразена индустриална идентичност и по-висок индекс на локализация на промишлеността. Ако при тях във времето се проявят интензивни процеси на клъстеризация, то те могат да формират и по-сложни пространствени структури с агломерационни признаци, и по този начин да реструктурират териториите. Индустриалните и културните идентичности влизат в комуникация с чуждестранните инвеститори, което, от своя страна, променя местните културни ландшафти. Следователно, трябва да се идентифицират новите териториални ядра, които създават импулси на развитие и дифузия на нововъведения, менталните граници и пространствени представи и да се интерпретират в ново икономическо райониране на България.

Наблюденията и анализите очертаха някои основни изводи по отношение на териториалните ефекти от глобализацията: икономическото разнообразие е ключов фактор за успешното включване на регионалните системи в глобализацията, „важен символ на капитал“, самоусилващ се феномен, който може да провокира нови сценарии за местно развитие; редица територии в България показват неподготвеност за приемане на предизвикателствата на глобализацията; с навлизането на външен капитал и транснационални компании (ТНК) България се вписва в глобалната икономическа картина, но това до голяма степен засилва неравенствата в националната територия; териториите, привлекли повече преки чуждестранни инвестиции (ПЧИ), доказват по-големите си шансове за икономически просперитет от изолираните от миграцията на капитали; образуването на локални ТНК ги превръща в своеобразни пространствени точки на ръста, поради което те са обект на географията на инвестициите и иновациите.

Географите в процеса на глобализация и регионализация се интересуват силно от позиционирането на региона с неговата конкурентоспособност, от териториалната транснационализация, съвместяваща глобалната централизация с локалните икономически интереси, от образуването на „икономическия архипелаг“ на големите градове, носители на градски центристички модел на развитие, който се доказва и в процеса на външното инвестиране в България. В този дискурс миграцията на външните капитали е възможно да доведе до криза и задълбочаване на контрастите между центъра и периферията. Глобализацията като сложен и противоречив процес може да се възприеме като териториален фактор за: растеж/стагнация/срив, устойчивост/неустойчивост, мобилност/уседналост, новости/консерватизъм, различие/подобие, турбулентност/застиналост, които чертаят нови пространствени конфигурации в регионалната архитектура. Географията има ресурс да анализира териториална диференциация на гло-

бализационните процеси, да открие нейните силни и слаби страни в пространствено измерение, да регистрира толерантни и нетолерантни отношения между местното и чуждото, с евентуални прояви на териториална сплотеност и солидарност или пространствени конфликти.

Местата привличат производства, идеи и хора по различен начин и тези различия определят географските диспропорции в определени социални процеси и преди всичко в доходите. Вълнообразният характер на развитието оформя в едни региони икономически ландшафти на растеж, а в други – на бедност. Чрез различни локални и регионални сценарии се потвърдиха няколко глобализационно-локални инвестиционни сценарии: глобализацията е важен фактор за регионален просперитет и за динамично променяща се среда; индиферентно физическо (анклавно) присъствие на чужди компании, което не въздейства и не променя местната среда; появата на „външен играч“ на „местен терен“ предизвиква чувство на неприязън у местната общност и локалния бизнес, създаващ напрежение; наличие на лидер – външен инвеститор, който инициира хоризонтални мрежови връзки и е пространствен организатор на местната среда. Маркираните отношения на териториална привързаност, антипатия, индиферентност и лидерство очертават сложната пространствена картина на обществените процеси в глобалния контекст, както и поставят нови акценти в комуникацията между местните структури и външните играчи. Подобен тип изследвания повече акцентират върху икономическите аспекти, пренебрегвайки културните. Ние виждаме надграждането по темата в посока изследване на влиянието на глобализацията върху промяна на културните практики на териториалните общности, на пространствените манталитети, на културните ландшафти. Осъзнаваме необходимостта от нови научни идеи и подходи за диагностициране на регионалните фактори и местната среда в културния контекст, който неоправдано е сравнително слабо интерпретиран в изследователското поле на географията у нас.

Не може географията да остане индиферентна към новите обществени реалности, имайки предвид, че доминиращият глобализъм преди всичко е пространствена референция, локализирана по множество различни начини (Олброу, 2001). В тези идейни рамки мястото е точката на съществуване на множество светове, в чиито обхват всеки от пребиваващите е част от уникално множество конструирани социални отношения и взаимодействия, някои от които могат да се характеризират с изрза „разединена близост“. Глобализационният процес интензифицира световните социални отношения, свързва далечните локалности. Движението на индивидите и групите по глобалните трасета се определя като „формиране на цялостна международна социална мрежа“, в рамките на която се оформят поведенчески модели от типа „локален космополит“ (глобална подвижност, но локална обвързаност); „обитател на анклава на западния елит“ (локално дефинирана глобална подвижност само в рамките на САЩ и Европа) и „диаспоровия фамилист“ (локална, включително родово-семейна, разпознаваемост в рамките на глобалните връзки) (Олброу, 2001). Подобни социално-културни типизации се разгръщат в пространствените отношения и придават различни нюанси в облика и действията на териториалните общности. В този ракурс селищните и регионалните изследвания имат неизползван изследователски ресурс, а неговото оползотворяване е възможно, ако те се отърсят от доминиращия икономически/отраслов подход и се възприемат положителните практики от социокултурните и дискурсивните анализи.

Германският социолог Улрих Бек (2007) определя глобалността като съществуване на хората в рамките на световното общество, а информационната глобалност – като доминираща над информационния суверинитет на националната държава. Той приема факта, че глобализацията не се налага автоматично и едностранчиво, а по-скоро се стига до ново акцентирание на локалното. Зигмунд Бауман (1999) разделя обитателите на глобалния свят на глобално подвижни, за които пространството е загубило своето свойство да ограничава, и локално обвързани – изключени от глобалното движение и заключени в своята локална местност. Той обръща специално внимание на формирането на виртуалните общности в глобализиращия се свят, които, за разлика от традиционните общности, се отличават с крехкост и кратковременност на съществуване, със слаба социална памет. Джон Ури отбелязва, че в една пространствена точка съществуват множество политически и културни общности, едни от които са включени само в националните процеси, а други – в международния обмен. В този дискурс географският прочит е, че локалното не губи своята динамика, а в някои отношения става по-значимо, но само в контекста на глобалните процеси. Глобализацията като социокултурна пространствена и темпорална промяна и социално-икономически феномен, създава силно поле на влияние върху териториите. Вписването и/или изключването на местата от глобализацията следва да е предмет на регионалните социално-икономически разработки, които често са натоварени със средно статистически данни или са твърде описателни, без вникване в дълбочината на темите: качество на живот, силата на слабите социални връзки в регионалното развитие, на регионална култура и самосъзнание.

С интензифицирането на комуникациите в мрежата все повече се говори за виртуална реалност, която „произвежда“ в голяма степен фрагментарност, липса на дълбочина на възприятията и историчност в обществото. Различните форми на дистанционни контакти и мрежи на общуване формират виртуална мобилност и изключително разнообразие от социални конфигурации. Във връзка с доминирането на виртуалната реалност, през 2001 г. списание *The Economist* обявява „смъртта на разстоянието“. На преден план излиза достъпът до мрежата, до общността и групата, до услугите, до информацията. Това няма как да не рефлектира върху социално-географските изследвания. Основателят на мобилната социология Джон Ури формулира преврата в мобилността и формирането на нов тип мислене, необременен от времето и пространството. Социологията на мобилността замества социологията на социалното като общество и наред с физическото движение в пространството описва и другите форми на мобилност – чрез образи на места и народи, виртуална мобилност, комуникативно взаимодействие между хората (телефон, текст, послание). През последните години мобилността придобива характер на мигновеност, а взета в „човешкия и социалния контекст“, се интерпретира като „пътешествие“ на култури. Светът е устроен така, че живеем в сложна геометрия – на едно място е тялото ни, на друго – културната ни идентичност, на трето – нашите икономически интереси. Въпросът не е в това, че хората се движат физически, а че е зададен хоризонт на очакванията – ние очакваме да бъдем мобилни, т.е. мобилността е очакване (Дичев, 2009). В контекста на усложняване на мобилността, Ури предлага нов подход за изучаване на социалната диференциация и неравенство – концепцията за достъпа. По-рано социалното неравенство се тълкуваше най-вече чрез владенето на материални, духовни или политически блага, а днес – чрез

достъпа до работа, образование, лечение, социална мрежа. Тези мисловни конструкти поставят нови акценти в регионалните проучвания на териториалните общности и комуникационните потоци между тях и жизнената среда, задават нови въпроси в изследователските търсения. Логично е териториалните изследвания да поставят във фокуса си достъпа, а не само разстоянията като фактор за пространствена организация на обществото. В същото време географските анализи не трябва да омаловажават ролята на виртуалните пространства и субективните измерения на виртуалната реалност за създаване на нови, напълно реални пространствени активности, включвания и случвания. В този контекст поставяме виртуалната реалност в субектно-обектни отношения с географската наука, поради което я описваме в статията. Смятаме, че виртуалните общества могат да променят микросредата, пренасяйки се неусетно в бита, създавайки нови териториални ценности, интереси и потребности. Те могат ефективно да се впишат в решаване на екологични, културни, пространствени и др. казуси, поради тяхното доброволно начало в комуникацията и сдруженията, споделени ценностни модели и активен граждански заряд. Най-новата история у нас дава такива примери (протести, доброволен труд, дарителски кампании и др.), първоначално организирани във виртуалното пространство, а после реализирани в реални действия в определени места.

В епохата на достъпа пространството като че ли е изтласкано от времето, а мястото не осигурява традиционния контекст на човешкото битие. Независимо от събирането на хората в реално време от различни пространствени точки, то разстоянието и територията/пространството не са унищожени като философско-географски категории. Просто те са с нови характеристики и проявления. Фактът, че в киберпространството липсва териториална рамка и милиони хора водят бизнес дела и активен социален живот, не означава, че хората губят напълно своята пространствена идентичност. Не мислим, че е възможно интернет адресите да заменят напълно географските адреси и да принизят пространствената биография на хората. Човешката природа е свързана с територията толкова колкото и с времето, поради което мястото разчитаме като своеобразно състояние на битието, като естествен обект на социалната география. В „репрезентацията на пространството“ се включват типа знания, знаци и кодове, които нарастват на основата на пространствените практики и реферирания в регионалната география.

Наред с Ури, темата за достъпа е една от главните за Джеръми Рифкин (2002). Той проучва повече от петстотин източници в областта на икономиката, социологията, правото, публицистиката, като компетентно дефинира съвременността като „епоха на достъпа“, или „новата култура на хиперкапитализма, в която целият живот е платено преживяване“. Приемайки неговата теза, осъзнаваме необходимостта от нови идеи и подходи за изучаване на пространствената и нетериториалната мобилност в нейните географски измерения. Ще изложим някои от научните позиции на Рифкин, които имат териториален оттенък и контекст, включвайки ги в тематичното и съдържателното поле в социалната география.

Понятията, идеите, образите, човешкото въображение и творческите инициативи, а не нещата и собствеността, са истинските стойностни обекти в новата икономическа среда и реалност (Рифкин, 2002). Пазарът отстъпва място на мрежите, промишленото производство – на културното „производство“ („икономика на преживяванията“), ус-

лугите – на преживяването. Тези социално-икономически трансформации с културни нюанси се отразяват върху регионалната заетост, градската икономика и урбанизираните ландшафти, функционалното зонироване на териториални системи. Част от обществените процеси се прехвърлят от географските рамки в света на киберпространството и този факт не може да се игнорира от нашите научни търсения. Днес достъпът се възприема като „нови светове от шансове, избори и възможности“, с присъщите им различия и включвания. В този дискурс географският фактор в общественото развитие задава нови акценти в теорията и практиката: идентифициране на новообразувани пространствени конфигурации; класифициране на пространствените проявления на териториалната справедливост; очертаване на мрежовата структура на стопанските субекти в глобалните и регионалните системи с оглед маркиране на нови социално-икономически райони и граници; разкриване влиянието на пазара на труда в неговата неустойчивост върху пространственото поведение на системите; изследване на „транстериториалната организация“ на обществото (Дружинин) и нейното отражение върху местното развитие; разпознаване и типизиране на различни стилове на живот, провокирани от виртуалната реалност в тяхната пространствена интерпретация.

В новия век организирането на потреблението става толкова значимо, колкото е производството в миналия век. Формират се нови общности: информационно свързани; личностно обвързани, когато клиентът се идентифицира с продукта или услугата и ги превръща като част от представата за самия себе си; дистанционно обвързвани чрез интерактивно общуване между фирма и клиент. Тези нови конфигурации се отразяват на местните потребителски условия и микроикономическите фактори за развитие на социално-икономическите системи. Отличителни черти на глобалната икономика, но с различен локален ефект, са силно проявена дематериализация на стоките, намаляла роля на физическия капитал за сметка на нараснала на нематериалните активи, преход от стоки към услуги и преживявания. Притежаването на собственост става все по-маловажно от преживяването и споделянето на определен стил на живот (Рифкин, 2002). Изразено от движение на търговските операции от клиента към продукта, задава нови теми в география на потреблението. Недостатъчно се разисква в географските анализи на търговията в България влиянието на виртуалния маркетинг и виртуалните фирми върху местното развитие. Безспорни са възможностите на виртуалните търговски операции и мобилните (особено здравни, културни и образователни) услуги да компенсират липсата на обслужващи структури в места, отдалечени от стопански и културни центрове и застрашени от депопулация и обезлюдяване. Социалната география може да районира територията според достъпа до определени услуги, използването на мобилни услуги и създаването на мрежа от мобилни услуги, което ясно ще очертае териториалната диференциация на социума. По този начин могат необлагодетелстваните, уязвимите и зависимите от центъра места да станат обект на целенасочени действия и на специално отношение от държавните, регионалните и местните власти, на обединяване усилията на съседни общини за решаване на общи проблеми. Статистическият масив от обективни социални показатели е организиран на различни административни йерархически нива, но дава до голяма степен фрагментарна представа за социалната ситуация. Ако е ранжиран въз основа на научнообосновани райони, би могъл по-ефективно да съдейства за добри управленски практики.

В новите търговски центрове развлеченията и преживяванията се превръщат в основна дейност, а купуването остава често придружаваща дейност. Културното „производство“ става основен икономически играч, следван от информационната сфера и услугите, промишлеността и селското стопанство. Новите търговски мрежи трябва да са балансирани от нови културни мрежи (Рифкин, 2002). Тези стопанско-културни маркери се разполагат в мрежови взаимоотношения в пресечната точка на географското пространство и киберпространството. Съвременните хора са преди всичко потребители на символи, а не на прости продукти, а образът става по-ценен от самия продукт. В информационната ера господстват знаците, изобилстват образите, които Ж. Бодрияр нарича „хиперреалност“. При изследване на пространствените модели на потребление обществената география може да събере и анализира информация за представата какви преживявания биха желали да получат жителите в определено населено място. Според начина си на живот и потребителско поведение могат да се типизират хората от определен топос на различни категории, с което да се мотивират микроикономически решения.

Неведнъж сме издигали тезата, че в българската география неаргументирано се подценяват изследванията в областта на начина на живот, представите и възприятията, териториалните разновидности на културата, а научната и житейска реалност изисква развитие в тази посока. Културата е феномена, който създава човешките ценности, поражда социално доверие и емпатия. Новата културна география разглежда пространството като социален продукт, утвърждава го в дискурсивната и символическата активност на местата, която е не по-малка от тяхната икономическата активност. Западните географски научни школи интерпретират трансформациите в обществото главно чрез доминиращия културен разрез в регионалните изследвания. Културните политики ще бъдат вдъхновители за създаване на местата като центрове на духовен живот на общностите и на желание за придобиване на добавена стойност (Харвей, 1996). Още от 80-те г. на миналия век културата върви редом с икономиката, преминавайки от пасивни позиции към позициите на кооперацията и сътрудничеството, което я определя като ресурс за развитие на регионите (Лендри, 2005). В този дискурс възприемането на региона като културен ландшафт е смислова категория, която би могла да организира новия дневен ред в социално-географските проучвания. Понятието културен ландшафт не е ново за българската география, а за неговото популяризиране заслуги имат особено Ив. Батаклиев и Игнат Пенков (1943). За дълъг период от развитието на родната география културният ландшафт липсва от понятийно-терминологичния апарат по политико-идеологически причини, а днес не е реабилитиран достатъчно. Анализите на трансформациите на териториалните системи са по-пълноценни и комплексни при работа с културни ландшафти. В този ред на мисли недоумение буди липсата на дисциплина „Културната география“ в учебния план на Геолого-географски факултет в Софийски университет, както и отричането на правото ѝ на самостоятелно съществуване от някои географи от научната общност.

В тематичния кръг на съвременността и социалните науки силно присъства пространствената и нетериториалната мобилност. Кръстева (2014) възприема миграцията като „глобализация отдолу“, изминаваща своя път от детериториализация до ретериториализация. Различните форми на мобилност са една от причините за отдалечаване

от мястото и местната идентичност, за negliжиране на локалното. Бауман утвърждава подвижността като висша ценност, израз на глобалната свобода на движение и социално издигане. На другия полюс е неподвижността – символ на неуспех и изостаналостта. Унгарският учен Ш. Михал посочва, че близо 2 млрд. д. никога през живота си не са напусkali родното си място и водят уседнал начин на живот. Това се жители от големи територии, най-вече в Африка, Азия и Южна Америка. Тази картина до голяма степен се променя с бежанските вълни, които не са в контекста на свободата на мобилност, поради което няма да ги интерпретираме. В същото време в развития свят се регистрират нарастващ брой участници в ежедневни трудови и туристически пътувания, в свободно вземане на миграционни решения. Видими са териториалните контрасти на мобилността, които недвусмислено подсказват за асиметрии в социалните процеси и нарастващите неравенства. В научното пространство се прокрадват идеите за края на географията, на мястото, на пространството. Географският прочит на мобилността естествено не се солидаризира с идеите и прогнозите за края на пространството. Още повече, че времето не може да се избира, докато пространството е възможност и право на териториален избор, в което да търсим и намерим себе си и да постигнем справедливост. Това поставя географията в привилегирана позиция, от която тя следва да се възползва.

Видно е, че пространствената организация на обществото повече се основава на мобилността, отколкото на йерархията, а това не винаги се отчита в географските анализи. Мобилните фактори засилват влиянието си върху регионалното развитие и географията следва да ги идентифицира в териториите от различен ранг. Пространствените изследвания могат с подходящи индикатори ясно да разграничат активните, отворените и динамично променящите се територии от „застиналите“ места, обхванати от културна местна затвореност, изолирани от информационни и др. потоци. Въпросът е какви са подходящите регионални сценарии за приобщаването на различните териториални системи в световното икономическо и културно пространство; какво губят и какво печелят от силно изразените локалности в тях, от слабо или силно проявената мобилност. Всяка територия има своята ценност, но тя трябва да се открие и развие. Всяко място може да се окаже „черния лебед“, около който да се случат бъдещи значими позитивни събития. Териториалното пренебрежение и nihilизмът към недоказаните се места нанасят вреда върху техния имидж и привлекателност. Социално-географските научни клонове у нас изпитват дефицит от креативност по линията случайно–субективно, което е неоправдано. Тези наши констатации се доказват с малкия брой географски публикации, които излизат извън рамките на старите възприети алгоритми за регионален анализ, с акцент върху икономическата подсистема и обективните средностатистически показатели. Според нас в научния фокус на регионалните географски проучвания следва да се реабилитират социално-културните подсистеми, пространствените интереси и ценности, защото икономиката не е самоцел, а средство за постигане на териториална справедливост. Екстремните статистически показатели имат научна ценност, която се губи в прекомерната привързаност към средностатистическите показатели по региони. „Статистическата базова пропорция“ осигурява факти за териториалните системи, но те „не са релевантни за индивидуалния случай“. Регресията към средното дава обяснение на изследваните процеси, но не дава и при-

чина (Канеман, 2012). Казуалната основна пропорция променя виждането си за това какъв е индивидуалния случай, който има своята значимост за регионалната/местната еволюция. Смятаме, че индуктивният подход при регионалните изследвания не е за пренебрегване, а дава възможност за открояване на специфики.

Новият свят се заявява с две радикални декларации: смъртта на разстоянията и раждането на света без граници (Кръстева, 1995). Днес е налице релевантен интерес към границите, в контекста на мобилността като характерна черта на обществото. През 1976 г. се създава Асоциация на изследванията на границите, а от 1986 г. се публикува списание за изследвания на границите, в което се изявяват 40 научни дисциплини, сред които водещи са икономика, политология, социология и география. Наред с научния интерес се регистрира нов подход към границите, с акцент върху социалните практики, наративите, символизма, с което не се отрича обективността при очертаване на някои гранични реалности, а те се поставят в нов дискурс. Анализирайки публикации в България по социално-икономическа география, стигнахме до констатацията, че в известна степен географията има догонваща позиция, поради все още твърде традиционното и консервативното интерпретиране на проблема с границите. Съвременните граници са дифузни, по-меки, по-лесно преодолими при групово или индивидуално желание. Това особено се отнася за туриста, но не толкова за мигранта – една от най-актуалните теми днес в европейските контексти. Вследствие на дифузиране, разпадане, преместване на граници се раздробяват стари обединения, появяват се нови образowania и нови посредници между локалните общности и центровете на глобалната власт (Кръстева, 2012). Тези трансформации, пречупени през географския прочит, имат силен отпечатък върху функционирането на териториалните системи, върху обществения им статус и културните им кодове. Под влияние на геополитически фактори се променят реалностите и нагласите на населението от периферните/край-граничните райони у нас, голяма част от които се определят като маргинални зони, а не като контактни територии. Това води до нови съдържания и случвания по оста център–периферия, до различни контексти на границите, които обществената география следва да осмисля и анализира не само от гледна точка на регионалното и местното развитие, а и на позиционирането на България на европейската и глобалната сцена. Затвореността и изолираността на граничните територии в страната преди 1989 г. е една от причините за тяхната стопанска изостаналост. Днес те са отворени системи, но натоварени с нови геополитически, демографски и социално-икономически тежести, носещи инерционно наследство от миналото.

Менталните граници не са за пренебрегване, особено когато се определя териториалната принадлежност на „средния човек“. Преподавателят от университета в Минесота, Р. Хейл, в дисертацията си през 1971 г. доказва, че 2/3 от територията на САЩ е покрита с ментални райони, които прекрасно се познават от местните жители и техните съседи. Тази научна работа с методологично значение, посветена на идентифицирането на територията на САЩ като мрежа от райони, дава ясна представа как местните жители сами определят регионите, какви са пространствените представи в индивидуалното и в общественото съзнание. Менталните граници в САЩ изключително успешно се използват в практиката за: решаване на микроикономически казуси, фирмени локализационни и властови избори, организация на административни

услуги, създаване на стопанско-културни мрежи съобразно потребителски предпочитания. Това демонстрира, че на огромна територия живеят хора с присъщо ясно изразено регионално самосъзнание, което влияе върху тяхното ежедневно, периодично и епизодично пространствено поведение. Една от причините за това е, че в основата на менталните райони не лежат бездушни производителни сили и производствени отношения, териториални схеми, наложени „отгоре“, а хората, с тяхната свободна воля, мисъл и съзнание.

В България менталните граници са предмет на изследване по-скоро на социологията и психологията, а не на географията. Ние възприемаме менталните граници като възможност не само за регистрация на териториална диференциация на социални процеси, но и като фактор за ново социално-икономическо райониране, което би могло да има управленски отзвук, а защо не и промяна на административно-териториални граници. Могат да се посочат редица примери на общини в България, които попадат в зоната на поделена гравитация и ментална принадлежност между няколко съседни центъра – напр. Тополовград (между Ямбол, Хасково и Стара Загора), Нова Загора (между Сливен и Стара Загора) и др. В тях се наблюдава икономическа и социално-културна привързаност към центъра, на който не принадлежат административно, различна психологическа отдалеченост/близост от физическата, несъвпадащи ментални граници с реални административни граници. Превръщането на някои населени места в „селища-спални“ ги лишава в голяма степен от пространствена синергия, саморазвитие и самоорганизация. Изследването и познаването на тези процеси ориентира в нагласите за: ежедневна мобилност или потенциална миграция; удовлетвореност/неудовлетвореност от средата и живота в родното място; желание/нежелание за промени; наличие/липса на териториална идентичност. Тези характеристики могат да дадат отговор на въпроса доколко местните жители са склонни да се инициират за действия и да се обединят в неформални сдружения с цел издигане просперитета на мястото, или ще останат в категорията „анклавни“ и пасивни елементи на средата. В пресечната точка между привързаността към определено място и предизвиканата мобилност е възможно да се провокират своеобразни селищно „ландшафтни“ неблагоприятия, които могат да предизвикат географски трансформации на пространствени конфигурации, промяна в утилитарните качества на територията с ефект за желание за промяна на жизнената среда. Реалните и менталните пространствени маркери днес са ориентирани най-вече около новите транспортни и комуникационни полета, създаващи неусетно нови центробежни или центростремителни сили, нови стилове на производство и потребление. Там, където те липсват, следва да се създадат, при възможност с оглед съхраняване на териториалните общности и местата.

Ясно е, че границите не изчезват, а по-скоро се трансформират, а на мястото на старите се създават нови. Менталните граници са особено интересни за изследване, защото мисълта е свободна и трудно се поддава на императиви, но те трябва да се основават на информираност и изградено информационно поле. Доброволно построените граници се пазят и не се нарушават, и затова имат значение при териториалната организация на живота. Менталните райони, но формирани на информационна обезпеченост, могат да станат и основа за конструиране на нови социално-икономически и административни райони, свързани с обслужване на гражданите. Необходим е нов

прочит на обществените териториални системи, с откриване на актуалните пространствени маркери за конструиране на съвременната схема на социално-икономическите райони на България. Не е оправдано да се интерпретира географската действителност преимуществено въз основа на териториални статистически единици, отговарящи на количествените критерии на Европейския съюз. Територията е покрита с нови връзки, потоци и специализация, които извършват пространствена трансформация с нови социални и икономически измерения, а ние продължаваме да изучаваме стари районни схеми и граници. Районирането като „субективизираща се обективност“ винаги е предмет на дискусии в научните среди, но това не означава бягство от темата и придържане към стари представи. Мрежовата организация на икономиката, клъстеризацията на сектори, фирми и общини, менталните граници променят не само икономическата карта, но и културната, което налага в общественото географско райониране да се включат нови индикатори.

Наред със социалните турбулентности и ускорената скорост на обществени трансформации се проявява силата на разнообразието като атрибут на реалността, създаваща възможности за много избори – социални, професионални, личностни, териториални. Местата, най-добре ползващи се от успеха, са многомерните и нееднородните места (Джекабс, 1961). Разнообразието става най-важния фактор при териториалния избор, особено за т. нар. креативна класа (Флорида, 2005). То включва „интерес“, „енергия“ и обикновено се съотнася към големия (космополитния, глобалния) град – място, където си взаимодействат култури и идеи; търпимост към различието и нетърпимост към посредствеността; място, където можеш да бъдеш себе си и не се бориш с чужди идентичности. В пространното си изследване Р. Флорида доказва чрез богат статистическо-информационен масив и социологически инструментариум, че креативната класа се ориентира към места, където не просто се търси работа, а се предлага разнообразие от работни възможности и други избори. Английският учен Ч. Ландрин (2005) въвежда понятието „креативен град“, но за разлика от Флорида, приема като алтернатива на успеха поощряването на развитието на местните творчески общности, а не на привличане на креативни личности отвън.

Изборът за заселване в голяма степен зависи от интересите, свързани със стила на живот, с харесването на автентични и уникални места, където има какво да избираш. Местата, които успяват да привлекат хора от креативната класа, просперират (Флорида, 2005). Все повече сред западните учени се утвърждава тезата, че ефективният „човешки“ климат е по-важен от бизнес климата. Тя е свързана преди всичко с креативния етос, съчетан в себе си работа и начин на живот, ясно определена творческа идентичност и стремеж към интелектуално развитие. Преобразуванията в социалната и икономическата география са свързани именно с тази нова „класова идентичност“. Флорида обявява новата икономическа география като „наука на трите „Т“ – технология, талант и толерантност“. Той разработва „интегрален коефициент на креативност“, който прилага за всички метрополни ареали на САЩ, и констатира, че сред лидерите на постиндустриалното развитие почти липсват водачи от индустриалната епоха, с малки изключения (напр. Сан Франциско). Причината за появата на нови креативни градски лидери като Сиатъл, Портланд, Остин, Холивуд е именно притежаването, възприемането и обогатяването на трите „Т“. Тези постановки имат и своите науч-

ни опоненти, напр. Дж. Коткин (2000) атакува индикатора за успешно развитие на Р. Флорида и извежда водещата роля на семействата с деца, традиционните ценности и неизбежната субурбанизация. Ние възприемаме тезата на Флорида за креативната класа и се солидаризираме с повечето от постановките, подкрепени със солидни изследвания и факти.

Очевидно е, че съвременната социална ситуация е подвластна на знанието и креативността. Тофлър (2008) обосновава революционната роля на знанието в създаването на богатства, сравнима с тази на промишлената революция в индустриалното общество, но съществено превъзхождаща последната. Обяснението е, че се създава не само богатство, а нов стил на живот или нова цивилизация. Ако първата вълна на богатството се заражда с излишък на продукти, втората – с тяхното производство, то третата се основава на услугите, мисленето, знанията и професионализма. Все повече хора се идентифицират със своите знания и професии, а не толкова със самите компании – индикатор за налагащо се хоризонтално разделение на труда. Тези процеси имат различни териториални нюанси, силно разпознаваеми в някои селища, а в други – едва доловими. Хоризонталните връзки стават все по-осезаеми и доминиращи като териториален ресурс. Просперитетът на региона се определя повече от избора за местоживеење в него на творчески хора, носители на креативен капитал, които предпочитат места, притежаващи разнообразие, търпимост и откритост за нови идеи. Не е за пренебрегване формирането на софтуерната индустрия като динамична група на пазара на труда, която демонстрира география без граници. В същото време въздействието на информационните технологии върху всички стопански дейности е голямо. Телекомуникациите съставляват изключително важен сегмент от инфраструктурата, с огромно влияние върху местните и глобалните мрежи, корпорации и фирми. Новият информационен ресурс навлиза като важна координата в световната икономика и конкурентост. Тези смислови опори се разгръщат в пространствените процеси и в България.

Столицата и някои от големите градове у нас се припознават като „учени региони“, като естествени места на креативната класа. Комфортността на средата за живот се трансформира все повече в производствен ресурс и фактор за заселване, което се отразява на процеса на агломериране, деагломериране и като цяло – върху пространствената организация. Част от развитите региони попадат в категорията „прегрети“ райони, изпитващи необходимост от разтоварване на територията от функции, субекти и потоци поради напрежение на трудовия пазар, на екологичната и жизнената среда и др. Интересни за проучване са процесите на изнасяне на някои креативни и високотехнологични дейности или откриване на техни втори офиси извън София, с което се образуват вторични креативни, образователни и иновационни ядра, придобиващи ново съдържание и пространствена идентификация. С повишаване на качеството на живот се удължава неговата продължителност, което променя стиловете на работа, отдих и забавление на хората. Това очертава прехода от линеен към цикличен живот и нарастващото значение на споделената икономика. България, макар и бавно, навлиза в глобалната и регионалната споделена икономика. В този дискурс се очертава доминирането на центростремителните пространствени модели, които очертават и границите на креативните места. В същото време споделената икономика дава шанс за привличане на творчески личности и в отдалечени от центъра места, в които има бърз

и осигурен достъп до интернет, подходящи пространства и среда за творчество. Това създава предпоставка за проява и на центробежни пространствени модели, на формиране на нови креативни места. Видно е, че при изследване на факторите, влияещи върху избора на месторабота и местоживеене, на хоризонталните връзки, се пресичат и взаимно обогатяват социалната и общественогеографската теория. Детронираното пространство в социологията се завръща с нова сила и нов дискурс, и това е възможност за качествено нова социална и географска хибридизация.

На фона на креативната класа с присъщите ѝ възможности за промяна на градската среда, контрастират териториите, отдалечени от големите центрове, които обособяват сателитни зони с изявена примитивизация на живота, свиване на възможностите за развитие и изява. Проблемите в тях са следствие от процеса на деиндустриализация и от липсата на социализирана индустрия, с което се деградира териториални социални и културни структури. В перифериите бързо се разрастват зони, на които повече им приляга определението „социални пустини“ и по същество са гета за маргинализирани етнически малцинства или за пределно застаряло население без минимална стопанска и гражданска активност (Мирчев, 2011). Именно за тях прилягат метафорите „нешастни територии“, „комплексирани територии“, „региони-аутсайдири“. В тези места се регистрира несъответствие между: това, което получават и това, което очакват; самооценката и външната оценка за тях; притежаваните социални умения и ценности и тези, които са необходими или се ценят навън. Според социалния антрополог Х. Александров (2003), повечето от тези територии изпитват аспирационна депривация и аномия, с присъщата им деградация на човешките отношения, усещане на незначителност и потиснатост, защото образецът (развити градове и региони), спрямо който се съотнасят/измерват, се е придвижил твърде напред и не може да се достигне или поне приближи. Социалногеографските търсения маркират/диагностицират тези пространствени структури с голяма социална разрушителна енергия, но това далеч не е достатъчно. Независимо от участието на географи при изработване на множество планови, нормативни документи и стратегии за регионално развитие, тези територии продължават да задълбочават проблемите си.

Традиционните обществени структури очевидно се разпадат в много региони и постепенно се заменят с *глобални информационни и комуникационни структури* – мрежови информационни потоци, и се определят като „икономика на знаци и пространство“, потоци от символи, които обозначават материалните и нематериалните обекти в съвкупност с обществените субекти. Информацията е средството, чрез което се организират идентичността, практиката и сдружаванията. Тя често се противопоставя на социокултурни категории, като например институция. Основните ѝ качества са поток, изтръгнатост от средата, пространствена компресия. Информацията е от разстояние и е моментна, а социалното изисква време и пространство. Скот Лаш (2004) използва модела на Тим Люк за разграничението на различни пространствени зони в рамките на информационното взаимодействие – като „живите“ зони, в които, както и в „питомните“ зони, информационните потоци са плътно застъпени, за разлика от „мъртвите“ зони и от „дивите“ зони, където почти липсват. Така „живите“ и „питомните“ зони описват икономически пространства с развити производствени и потребителски услуги, промишлени отрасли, изградени стабилни идентичности – „информационна-

та буржоазия“ (на Бурдийо), а може би и виртуалната класа на Крокър и Уейнстейн, докато „живите“ и „дивите“ зони са населени от „интелектуалците“ (на Бурдийо), при които информационните потоци са по-мимолетни, а идентичностите са по-нестабилни. За разлика от тях „мъртвите“ и „дивите“ зони обхващат „долната класа“, която се характеризира с разкъсаност на потоците, с дезинтегрирани идентичности и социална дезорганизация, а „мъртвите“ и „питомните“ зони дефинират подминатите от информационните и комуникационните структури, които проявяват стабилна идентичност, но и отхвърляне на промените и консерватизъм. Според Лаш за социалната структура на обществото ключови са „живите“ и „дивите“ зони на развитите страни, виртуално породените общности, дезорганизациите – като неинституционални, нехаотични и невластови, като културни, хоризонтални творения, рефлексивни по отношение на ценностите, подвижни, не толкова постмодерни, колкото пред-традиционни. Реалността като мозайка от фрагментарни и въобразими реалности, която в информационния поток всеки възприема различно, придвижва обществото в нови житейски и теоретико-концептуални парадигми. Безспорно тези параметри от „визитката“ на съвременността силно рефлектират върху пространственото поведение на общностите и индивидите, върху техните териториални стереотипи. В тази ниша има сериозен потенциал за нови идеи и действия на социално-географските търсения. Не веднъж сме отбелязвали, че социалните науки бързо се географизират, а ние оставаме повече в „руслото“ на традиционните и консервативните изследвания. Индивидуалността на обществената география няма да загуби от прилагането на пространствените аспекти в социалните теории и концепции.

Индивидуализираните общества са емблематични за съвременността. В прехода от старата корпоративна система към новата все по-важно място се отделя на отделния човек. Ако преди водеща е груповата идентичност, то сега това е индивидуалната идентичност. Според Рифкин, с увеличаване на индивидуалността нараства емпатията, постепенно се създава емпатийната цивилизация. Не е доказана корелацията между новите комуникации и солидарността, макар и знанието да е фактор за сплотеност, но основано на плурализъм при избор на стил на живот и начин на мислене. Независимо от утвърждаването на новия космополитизъм „стените“ между индивидите и общностите трябва да се превърнат в мостове и особено такива между умове, манталитети и въображения (Бек, 2007). Тези процеси най-лесно се улавят и регистрират по места. Изследването на местните граждански сдружения, доброволческия труд, солидарността към общите проблеми, обединяването около териториални интереси е един от надеждните маркери за измерване на състоянието на обществените трансформации в пространствен разрез. Способността към взаимодействие е едно от главните качества на мястото, където хората се срещат един с друг като с равни, признавайки в същото време своето разнообразие. Изследване на малки и средни общини в България показва, че общините, в които има проявена гражданска активност и хората успяват да се организират за общи действия, са сред по-бедните. Богатите общини демонстрират индивидуален просперитет, поединично оцеляване (Александров, 2003). Изследванията на емпатийните качества на местните общности ориентира за степента на социална зрялост и отвореност към другите, за вписването на индивидите в колективистичното териториално цяло, за готовността към общи действия. Съвместното живеене не

означава непременно съпреживяване, съпричастност, а в несъвпадането им може да се зараждат бъдещи местни конфликти. Тези проблеми се заявяват в изследователската листа на социалната география, но наситени с необходимото социологическо познание. Те се интерпретират в нашата наука повече от позицията на електоралното и миграционното поведение на населението, но това далеч не изчерпва анализа на пространствената социално-икономическа картина.

В обществените науки се определя влиянието на мобилността, информационния бум и мрежовата организация върху кризата на идентичността, често асоциирана като „бездомното съзнание“. Липсата на усещането, че си част от общност и че имаш права, които произлизат от тази принадлежност, засилва безпокойството и чувството на несигурност. Същинската традиционна нация все по-малко се разпознава и все повече нейната природа се разтваря в обединяващи символи главно от културно естество. Съвременните средства на комуникация налагат мултикултурализма, синтеза между културно многообразие и множественост в стиловете на живот. Тази неопределеност на културната и социалната реалност в голяма степен задават идентичността на съвременния човек като трансгранична. Динамично развиващият се социум провокира пластична, подвижна, нестабилна идентичност и често неточно фиксирана. Пространствената идентификация в условията на глобализация надхвърля пределите на една държава и води до появата на нови идентичности (напр. виртуалната). Идентичността на съвременния човек е многомерна и раздробена, т.е. множеството идентификационни избори често не образуват единен портрет.

В България идентичността в много случаи се основава върху исторически корени, а не на съвременни реалности. Не се пренасят добрите световни практики, а се залага на митотворчество, което още повече отдалечава реалната идентификация с мястото и я пренася в света на абстракциите. Общности от териториите в социален и индустриален упадък често прибъгват до идентификация с местни лидери и елити, което е също отдалечаване от действителността в очакване главно на помощ от държавата. Според антрополога Х. Александров (2003), в тези места обикновено е лошо качеството на здравеопазването и образованието, почти липсват граждански сдружения и културни събития, което допълнително утежнява социалната ситуация, отдалечава я от солидарност и емпатия.

При проведени от нас анкети със студенти от специалност „География“ и „Регионално развитие и политика“ регистрирахме висок относителен дял отговори (43,8%) за липса или нежелание за идентифициране с родното място. При анализа на резултатите от допитването и съотнасянето им към пространствената биография на участниците, стигнахме до извода, че „бягството“ от териториалната идентичност е на студенти от малките населени места или от такива с лош имидж в публичното пространство. Около 10% не дават отговор на въпроса за териториалната си идентификация, поради неразбиране значението на понятието – тревожен факт предвид предмета и професионалната насоченост на специалността, качеството на обучение и съдържателната конструкция на учебни програми. Това ни накара да продължим с изводите чрез въпроса: „Бихте ли се върнали да живеете в родното си място?“. Преобладаващият отрицателен отговор на същата група студенти очертава някои общи тенденции: неспособност или нежелание за ангажиране с проблемите на своя квартал, селище; липса на колективна

и родова памет; индиферентност към мястото; мястото не предлага желаните условия за живот. От друга страна, проведени интервюта с местни жители от малки и периферни общини демонстрира тяхното желание за общи действия и активност за подобряване на жизнената среда. Териториалните общности в тях демонстрират добре съхранена колективна памет, ясни пространствени маркери, изградени представи за местни символи и ритуали. Разломът между поколенческите нагласи заслужава вниманието ни, защото е индикатор за бъдещи състояния на териториалните системи и общности в малките населени места. На другия полюс е идентифицирането на студентите от по-големи населени места, които показват значителна (78%) териториална принадлежност с родните градове, но и не малък относителен дял (32%), виждащи бъдещето си в други европейски градове. Определено тези пространствени нагласи имат инерционен характер и трудно може да им се въздейства. Прекомерното нарастване на населението в столицата (3-4 пъти по-голямо от средноевропейските столици) и загубата на човешки ресурси в големи територии от перифериите е илюстрация на резултатите от анкетата. Ролята на социалната география на териториален модератор следва да се разгърне и да се използва в информационно и практико-приложно отношение.

Поставяме темата за териториалната (регионалната) идентичност, поради все още недостатъчното ѝ признаване и артикулиране от социалната география в България. Нямаме за цел да теоретизираме проблема, но го фиксираме като неотменим атрибут на изучаването на съвременните териториални общности. Още повече, че възприемаме териториалната идентичност като сериозен ресурс за местно развитие, тъй като тя е състояние на включване на индивида в регионалния социум. Именно идентификацията към мястото може да се възприеме като своеобразно противопоставяне на глобалното обезличаване. Териториалната идентичност е реален, а не виртуален феномен. Тя отразява приемствеността в самосъзнанието на местните общности и в никакъв случай не е следствие на компенсаторна реакция. В нея се отразява съчетанието между пространството и вътрешната енергия, формирано в резултат на когнитивен, ценностен, емоционален процес на осъзнаване на принадлежността към мястото. Регионалната идентичност има свойството да обединява хора от различни професии, културни, социални и образователни пластове. Тя е основана на отношението към мястото, на паметта за неговата ценност и достойнства, на емпатията в общността. Цикличността в развитието на обществените процеси провокира появата на позабравени/неглижирани идентификации. Не е необходимо противопоставянето на териториалната идентичност на глобалните процеси с характерните им хибридизация и заличаване на някои реални и ментални граници. Това е все едно да се отрече едновременното съществуване на глобализацията и регионализацията. Работата с териториалната идентичност в проблемни етно-конфесионални територии изисква внимателен подход поради възможна евентуална проява на конфликти, сепаратизъм, гражданско противопоставяне и други негативни социално-политически процеси.

Проследявайки съвременни публикации от хуманитарния научен блок, се усеща тенденцията за известен пространствен обрат в социалните науки, особено през призмата на териториалната идентичност. Местата и общностите днес са изключително важни фактори за обществените трансформации. Хората винаги ще живеят в определени места независимо от новите правила на икономиката. Според нас значимостта

на ценностите на отделното място нараства, което е своеобразна реабилитация на географията, стига тя да се възползва от това с действие и научна комуникация. Мястото е значима организираща единица в икономиката и в обществото, приема ролята, която по-рано играеха големи корпорации, компании и други организации. Съчетанието между местоживееене и месторабота става важен компонент на идентичността, а местоживееенето – важен източник на статус. При избора на място начинът на живот често има по-голямо значение, отколкото условията за организация на труда. В жизнената среда се търсят елементи със задължително присъствие, като: музикална сцена, театър, нощни заведения и т. н. Както отбелязва Рифкин, притежаването на дом става по-малко важно от преживяването на определен стил на живот. Той определя новата култура като „живот на платеното преживяване“. Днес хората очакват повече от мястото, където живеят. Чикагските социолози Р. Лойд и Т. Кларк установяват, че работещите в елитни сфери в постиндустриалния град издигат в ценностната си система стремежа към „качество на живот“ и все повече виждат себе си като туристи в собствения си град. Тези доминанти в пространствените предпочитания са свързани с нощен живот, с възможности за непосредствени естетически преживявания. Рей Олденбург посочва „прекрасните места“, несвързани пряко с дома и работата, а именно – кафенета, книжарници, клубове, паркове и др., които имат предимствата на споделени места. Те имат своеобразна ценност, защото там се осъществяват неформални запознанства, хората се срещат просто заради живата беседа. Все повече „качеството на живота“ се замества с „качеството на мястото“, в което се търсят три измерения „Какво има там?“ (съчетание на природна и архитектурна среда); „Кой е там?“ (различни хора във взаимодействие, т. е. всеки човек може да намери своето място); „Какво се случва там?“ (уличната енергия, култура на кафенетата, изкуство и хора, прекарващи свободното си време на открито).

Видно е, че качеството на мястото е система от взаимосвързани видове опит, поради което изисква нови научни подходи на изследване и интердисциплинарна интерпретация. Според Харвей (1990) мястото е относителен момент на постоянство в потока на постоянни трансформирания се пространствено-времеви континуум. И-Фу Туан (1977) определя понятието „място“ като многозначно, организирано и осъзнато, носител на различни смислови конструкции. „Човек изпитва потребност както от мястото, така и от пространството. Животът е диалектично колебание между безопасни пристанища и приключения, привързаност и свобода“. Територията е натоварена с обществено полезно и активното, има субективна ценност и значимост за своите обитатели. Идеята за движение в нея се въплъщава в събития и случки, значими за социалната памет. За да бъде запомнено дадено място, то трябва да е част от социалния и емоционалния живот на индивида. Включвайки мястото във веригата на своите спомени, човек не само го присвоява, но и дефинира себе си. Тези особености намират ярък отзвук в пространственото поведение на хората. Туан въвежда термина „топофилия“ – чувство на привързаност към мястото (географския обект), на емоционална връзка между човека и пространството. При топофилния анализ акцент се поставя върху средата на обитаване, всекидневната символизация на пространството, а не върху глобални образи – архетипи или туристически брандове. В този дискурс се търси отговор на въпроса доколко мястото се възприема като арена на социални контакти или като пейзаж. Този

подход ни допада, тъй като преобладават изследванията, в които териториите се третира от гледна точка на туриста, госта, предприемача, инвеститора, а не на местните жители. Територията не е пасивно отражение на социалните и културните процеси, а активен участник, а географията е конструктивна и репрезентативна (Кръстева, 1995). Социалната география има богата концептуална рамка, която да обоснове емпиричните резултати в териториален разрез. Осъзнаваме необходимостта от мислене на пространствени ситуации, а не само на категории. Територията „прави“/„създава“ в голяма степен човека, дава му идентичност, оформя манталитета, но съществува и обратната връзка – одухотворяването на мястото се осъществява чрез дейностите на неговите обитатели. В този ракурс географията може да открие типичните, интересните, различните териториални ситуации, научно „разказани“, пречупени през местните специфики. Тук е уместно използването на дискурсивния, текстуалния анализ, наратива. Все още българските географи слабо се възползват от техните предимства, залагайки само на традиционните географски методи. Времето и средата очевидно изискват нови подходи, техники и технологии за осмисляне на природно-социалната реалност, без да се губи научната географска автентичност.

Формирането на териториална идентичност поставя в центъра на социално-географските търсения категорията място по линия на връзките общност (местно население) – място, град, държава и външна среда и в дискурса на териториалния маркетинг. Всяко селище има свое пространство, културна среда, микроклимат, митове, пространствени кодове на поведение, навици, а често и необяснима логика на развитие. Местата са уникални и изискват специално обръщение и вникване в местния живот. В този контекст ролята на географията е безспорна, стига да е подкрепена с идеи и въображение, а не само с факти. Необходимо е да се познават нагласите на местното население относно посланията и образите, с които биха искали да ги познават навън. В това отношение е похвална инициативата на община Варна за мащабен проект, който ще следи на специален уебсайт ежедневно публикувана информация за нагласите и приоритетите на варненци относно местното развитие. Въпросите обхващат 16 сфери от обществения живот. По този начин общинската политика няма да бъде догонваща, а изпреварваща спрямо очакванията на своите жители. Подобна практика демонстрира и община Бургас, на чийто сайт се провеждат перманентни анкети за отношението на гражданите към всекидневни проблеми от региона. Могат да се дадат и други положителни примери, но за съжаление негативните преобладават.

Образната и идентичностната тематика имат силно присъствие в обществените науки. В този контекст обществената география в България изпитва теоретико-практическа необходимост от привличане в изследователския си кръг създаването на пространствени образи и признаването на тяхното силно и трайно емоционално въздействие. Синтетичният път за създаване на пространствен образ предполага подбор само на някои признаци, включително на доминантите, на връзката между признаците за индивидуалността на всяко място и субективността на всеки изследовател. Географските образи и териториалната идентичност са близки понятия, обединени от вниманието към пространството и неговата значимост. Ако при образите акцентът е върху създаване на синтетична конструкция, ярко и икономично представяща територията, то при пространствената идентичност той е върху трайни и тесни връзки между местните

хора, при които образите на регионите са образи на хората, населяващи територията. В този контекст може да се обобщи, че регионалната идентичност е образно географска композиция, а добре усвоеното пространство се идентифицира като система от пространствени оригинални образи. Следва да се признае субективността на географските образи, с различните им смислови контексти и множествен характер. Създаването на пространствени образи е в отговор на съвременните предизвикателства в свят, в който образът е по-ценен дори от самата реалност. В голяма степен не действителността, а изображението регламентира взаимоотношенията в обществото, определя социални роли и принадлежности. Затова смятаме, че е време пространствените образи да заемат полагащото се място в българската социална география. Нямаме за цел да разглеждаме методологията за изграждане на пространствени образи, а само да ги експонираме в дискурса на обществените трансформации, на „хетеротопията“. Географията изначално е „привързана“ към пространствените представи, въображение и интерпретация на света и това още повече утвърждава териториалните образи като културни феномени, като своеобразно мерило за стadiите и уникалността на състоянието на териториалните общности. Именно географските образи показват „духа на мястото“, „мястото като жив организъм“, феномена „място“, като елемент на националната и регионалната менталност. Пространствено образната тематика е позната още от времето на Страбон, Ритер, Хумболт, Хетнер, Тянь-Шански, но днес естествено се описва различно, през призмата на идентичността, имиджа, разнообразието, хаоса, синергията.

Проучването за изградените *териториални идентичности, образи и регионални символи* сред студенти от специалностите „География“ и „Регионално развитие и политика“ в Софийски университет, част от което цитирахме по-горе, дава представа за географската култура и пространственото мислене, усещането за място с неговата индивидуалност и други компоненти на регионалната култура. Анализът на резултатите от допитването ще представим подробно в друго изследване, с цел намиране на алтернативи за оптимизиране на географското образование и засилване на неговия конструктивен и приложен характер. Ще си позволим само да отбележим, че у повечето учащи липсва изграден цялостен образ за региони, а доминират фрагментарни образи за отделни населени места. В това отношение известно изключение правят Северозапада и Югозапада, за които е изградена представата като за териториална цялостност и общност. Това поставя въпроса за обективната и субективната същност на социално-икономическото райониране, за неговото осмисляне и възприемане от бъдещи професионални географи и регионалисти. Тревожно е, че немалка част от участниците в изследването демонстрират липса на изградени ярки териториални образи, чрез които разпознават, разграничават и помнят местата. Не е за пренебрегване фактът, че липсват географски образи дори за големи градове в България. Например у голяма част от студентите единствената асоциация за Плевен е „Плевенската панорама“, а за Шумен – Шуменското плато или Мадарският конник. За Смолян, Кърджали, Хасково, Видин, Монтана и някои др. областни градове липсват изградени териториални образи и символи, с които те се свързват и разпознават. Голяма част от посочените отговори демонстрират стереотипно и клиширано възприемане на географските природни и антропогенни артефакти, лишено от професионални и научни основания. Странджа, Родопите и Добруджа се интерпретират само в природния контекст, а не и в културно-

ландшафтния. Въпросите за връзката на природната среда с типа и облика на селищата и стопанската дейност затрудняват голяма част от анкетираните, а това е тревожно предвид претенцията на географията като единствената наука, изучаваща взаимовръзката между обществото и природата на територии от различен ранг. Тези констатации насочват не само към промени в съдържанието на учебните програми и учебници по география за средното и висшето образование, но и в използваната методика и образователни технологии. Неясното и аморфното пространствено-образно познание не е добър атестат за обучението по география и изисква съответна реакция в неговия научен и образователен дискурс.

Метафорите са един от начините за преодоляване на дефицита от пространствени образи в българската география. В рамките на новите социологически методи те все повече присъстват, както и метафоричното мислене и метафоричния език. Например метафората „номад“ при изучаване на мобилността е с елементи на детериториализация, размиване на центъра, значителна подвижност. Странстващият има критически настроено съзнание, съпротивляващо се на господстващи културни кодове. Подобни на тази метафора са и такива като „бродяга“ и „турист“, за който е присъщо организираното или свободното движение, „склонността да се натоварват чужди територии със свой смисъл“, да се изграждат специфични стандарти за щастие (напр. „постоянна отпуска“). За осмислянето на мобилността се използват и метафорите „плавателен съд“, „хотел“, „мотел“, изразяващи промеждутъчни състояния между пребиваване във фиксирани места на труд, живеене и отдих. Бауман използва метафорите „турист“ и „скитник“ спрямо локалността. За разлика от първия, който се движи свободно според желанието си, то вторият знае, че не може да стои на едно и също място за дълго независимо от желанието си, защото няма шанс да бъде интегриран. С голяма популярност се ползват метафорите на Ъри за ролята на държавата в обществените сценарии: държави „градинари“, каквито са бившите социалистически страни, и държави „лесничей“, които са продукт на глобализиращото се общество. В първия случай има лидерство държавната институция чрез законодателни и други функции за контрол и регулации, докато във втория случай акцентът е върху опазване и съхраняване на разнообразието и равновесието, отстраняване на ненужното. Държавите „градинари“ залагат най-вече на организацията, а държавите „лесничей“ – на самоорганизацията. Най-често използваните метафори за съвременния социален живот са „мрежа“, „поток“ и „пътешественик“. Метафорите по своеобразен начин структурират взаимоотношенията между култура и пространство. В процеса на тяхното създаване се раждат множество смислови конотации, чрез които протича обмен на ландшафтна и културна информация (Лавренова, 2007). Изучаването на местата чрез метафорния език спомага да интерпретираме социалните процеси в глобалния свят по-креативно, но наред с това и да въздействаме върху емоциите и въображението, да провокираме интелектуалния заряд. По този начин полученото знание е по-трайно и асоциативно и е реална стъпка към нови осмисляния и случвания. Тези съждения с пълна сила се отнасят за социално-географския научен блок. Липсата на пространствени метафори и алегии в преподаването по география често води до краткотрайна образност, слабо въздействие, бързо размиващи се знания и представи в огромния поток от информация. При съвременния информационен бум е от значение не само подбора и структурирането на

фактите, но и конструирането на запомнящи се послания. В проведената анкета незначителен брой студенти посочват пространствени метафори за региони и селища, като най-често използваните са за Северозападния регион – „Северозападна резерват“, „старческият дом на България“, „забравено от бога място“, „най-нещастната и зловещата територия“, и за столичния район – „най-щастливото и забавно място“, „Меката в България на високите доходи и развлечения“, „пулсиращата младост и интелектуалния елит“ и т. н. Проучването показва най-голяма липса на образи и разпознаваемост на места в Североизточна България, а източните региони се асоциират главно с Черно море и туризма, като отчитаме факта, че голямата част от анкетираните студентите са от София и от Югозападна България.

Създаването на географски образи води след себе си пространствените *митове* и митогеографския модел на реалността, а именно – представата за множествена интерпретация на всяко място. В случая имаме предвид не толкова реално наблюдавани обекти, а разнородните представи за реалността. И-Фу Туан определя митологичното пространство като „интелектуален конструкт, базиран на чувства, въображение и потребности“. Пространственият мит създава множество реалности за всяко място, интерпретира дадени описания с цел обяснения на едни или други явления, идеи, феномени, образи. При митологизирането ландшафтният елемент се трансформира в селищен символ, а символите са в състояние да преодоляват кризите на времето и да участват в запазването на обществените ценности на местата през отделните хронологични пластове. Следва да преодолеем игнорирането на мито-географския подход в българската география, тъй като той е специфичен и оригинален начин за подреждането на множеството териториални интерпретации. Приемаме разбирането на И. Митин (2004) за пространствените митове като квинтесенция на комплексната географска характеристика, като „игра с пространството“, като „своеобразен конструкт на мястото“, свързан с осмисленото. В този контекст всяко място е не просто низ от реални наблюдаеми обекти, признаци, елементи, а е и множество пространствени представи, интерпретации, оценки. Поради това възприемаме като особено значими за социалната география категориите: пространствени представи, пространствени стереотипи, географски образи, пространствени митове, териториална идентичност. В разгръщането на регионалните изследвания в диапазона от пространствени представи, образи и митове, до конструирането на териториален имидж и местни политики, виждаме новата обществена география на действието.

Социалната география следва да се възползва и от големите предимства на кроскултурния анализ, тъй като той позволява да се осъзнае доколко местните култури имат общочовешки черти и доколко те са локални. „Кроскултурният опит пронизва описанието и възприятието за света, който е артефактуален, виртуален, крепящ се върху ментални форми и знакови системи, върху закодирани и интерпретирани обичаи, нрави и ритуали. Едва в диалог с външното описание се очертава релефно собствената културна форма“ (Герджиков, 2005). Това е в отговор на доминиращите култури в движение, на силно изразения културен обмен. Според нас налице са условия за развитие на социално-географски клонове като имиджова география и когнитивна география, която наследява поведенческата география, но има по-широка концептуална рамка. Те определено ще наситят изследователското поле с нови идеи и нов пространствен про-

чит, ще еманципират географията от старите догми и правила, а приложните аспекти ще се материализират и в териториални управленски решения.

Поставихме някои важни според нас акценти за развитието на българската социална география в дискурса на обществените процеси, които подлежат на дискутиране, осмисляне и приложение. Без претенцията за пълнота и всеобхватност по темата и за даване на императиви за развитие, стигнахме до заключението, че има потребност от:

- креативно използване на възможностите на географския анализ, насищайки го не само с нови идеи, подходи, но и с хуманитарни технологии;
- изграждане/създаване на ярки, различни пространствени образи в науката и в преподаването по география;
- креативно географско интерпретиране на глобалното и регионалното, през обектива на местата и културните ландшафти, със заявка за участие в териториалното управление и маркетинг;
- географски дискурс на информационно-комуникативните системи като ядро на териториалните системи, на разума и знанията, реализирани във всички дейности в контактено-личностната и контактено-обществената среда – ресурс за развитието на регионите;
- обосноваване на териториалната проява на стратификацията и диференциацията на постиндустриалното общество и отражението ѝ върху местната жизнена среда;
- типизиране на териториите според начини и стилове на живот, разнообразие на жизнената среда, достъп до услуги, мрежа и др. подобни индикатори;
- пространствени социално-културни поведенчески акценти в регионалните изследвания, като подход за нов тип райониране;
- съхраняване на индивидуалността на географията, но с възприемане на променените „класически“ фактори за териториална организация и акцентирание върху значимостта на повишената откритост на териториите, мобилността, условните граници и хоризонталните връзки;
- използване на предимствата на случайното и индивидуалното в „работата с пространството“, на менталните граници и пространствени нагласи в районните изследвания.

Методологичният плурализъм и еkleктиката в съвременната географска наука е в съзвучие с възприетия геопропространствен подход, основан на субектно-обектно взаимодействие. Реалността е една, но нейните описания са различни и в това е богатството на избора кое от тях приемаме. Испанският философ Хосе Ортега-и-Гасет отбелязва, че има толкова действителности, колкото и гледни точки. Идеята за множеството действителности, всяко от които илюстрира уникална жизнена история на отделния човек, е в унисон с ценностите на нашето време и с „новия регионализъм“. Субективният нюанс при изследване на мястото ще обогати интерпретациите на регионалната действителност, но основани на научната логика. Представата за пространството с неговите „пасивни, систематически, геометрични отношения“ не съответства на съвременната реалност. От позициите на теориите за хаоса, катастрофите и разсейващите се структури, географските търсения следва да се ориентират по посока на достъпа, мобилността, информационните мрежи и разнообразието на света в тяхната териториална динамика и обусловеност. В този дискурс е особено важно разкриването

в пространството на неочаквани конфигурации, продуцирането на природно-икономически ситуации като поредица от творчески актове. Според Рифкин, в „един окабелен свят“ географията има по-голямо значение от когато и да било. Един от аргументите е осъществяването на дълбоки човешки връзки в географското пространство, силната симбиоза между културните преживявания и местата. Констатацията, че лишеното от географския си контекст културно проявление е лишено от цялостно преживяване, е своеобразна реабилитация на географското познание. Откъсването на политиките от географските основи рефлектира върху институционалния вакуум, пролуките в социалния обмен, в социалното доверие и в социалния капитал в определени територии. „Сблъсъкът“ между глобализацията и местните култури изисква нов тип управленски практики, които биха могли да се аргументират от регионалната обществена география.

SUMMARY

The study interprets the processes of globalization in its conflict-network paradigm with the typical spatial manifestations, as well as the transition from “space of places” to “space of streams”. The paper substantiates the territorial effects of the globalization, where the economic diversity is an important “capital” for local and regional development. Those effects can be analyzed by the geography from the standpoint of socio-economic realities’ spatial differentiation.

Virtual reality, virtual communities, mobility and access are articulated as factors for influencing the micro-environment, for creating new territorial values, needs and interest. The new “Experience Economy”, the revolutionary role of knowledge, creativity and diversity, are scrutinized in the discourse of regional employment, urban economics, functional zoning of the territorial systems. The paper also grounds the need for rehabilitating the socio-economic subsystems, the spatial interests and values, the individual approaches and cases, for rationalizing the different contexts of the borders and mental regions. The diffusion of the borders, the transformations of the border territories, the information fields, lay new discourses in the geographic researches. The territorial identity is perceived as a resource for local development, as a real phenomenon, while the spatial pictures are interpreted focusing on the regional image and the spatial synergy. The metaphors are articulated as a method of overcoming the deficit of bright territorial images in geography, which structure in their own way the interactions between culture and space. The myth-geographic approach is perceived as a specific and original instrument of arranging the multitude of territorial interpretations. Spatial mental pictures, myths and identities are defined as very important geographic categories, while the cross-cultural analysis is seen as an important tool for studying socio-natural systems.

The methodological pluralism and the eclecticism of the contemporary geographic science are in accordance with the adopted geospatial approach that is based on subject-object interactions. The concept of space with its “passive, systematical, geometrical relations” does not correspond to the present-day reality. The orientation of the geographic researches towards access, mobility, information networks and diversity of the world is estimated as a positive

feature. From that point of view it is extremely important to reveal unexpected spatial configurations, as well as the production of natural-economic situations, seen as a consecution of creative acts. The conclusion that cultural manifestation without its geographic context lacks a whole experience is a kind of rehabilitation of the geographic knowledge. Separating policies from their geographic ground results in institutional vacuum, gaps in the social exchange, social trust and social capital in certain territories. The “clash” between globalization and local cultures suggests new types of governing practices that could be grounded by the regional social geography.

ЛИТЕРАТУРА

- Александров, Х. 2003. Социален капитал и социално участие. Развитие на общности. С.
Бауман, З. 1999. Глобализацията. Последниците за човека. С., ЛИК.
Бауман, З. 2001. Постмодерната етика. С.
Бауман, З. 2003. Общността. Търсене на безопасност в несигурния свят. С.
Бек, У. 2007. Новият космополитизъм на съвременността. Либерален преглед.
Герджиков, С. 2005. Културна относителност и крос-културен опит. – *Годишник на СУ*, кн.5, Глобални модерности. 2004. Критика и хуманизъм, С.
Димов, Н. 2000. Глобализация и регионалност: географска интерпретация. – В: Сб. 50 години ГИ на БАН.
Дичев, Й. 2009. Граждани отвъд местата? Нови мобилности, нови граници, нови форми на обитаване. С., Просвета.
Замятин, Н. Ю. 1999. Когнитивно – географическо положение региона как фактор регионального развития: методологические аспекты. – *География*, 44.
Замятин, Н. Ю. 2007. Пространство как образ и трансакция: к становлению геономики. Политические исследования. №1.
Замятин, Н. Ю. 2004. Вариации региональных образов: когнитивно – географические контексты. Политические исследования, № 5.
Кабакчиева, П. Пространствена мобилност и социални неравенства. – *Год. на СУ, сер. Социология*, 102.
Кастелс, М. 2004. Мрежовото общество. С.
Кръстева, А. 2012. Български и балкански миграции и мобилности, блог за политика, е-гражданственост и миграция.
Кръстева, А. 1995. Идентичности. С.
Кръстева, А. 2014. От миграция към мобилност. Политики и пътища. НБУ.
Лавренова, О. 2007. Семантика културного ландшафта. Автореферат канд. дисерт., М.
Маринов, В. 2000. Глобализацията и регионализацията в световната икономика и предизвикателствата пред България. – В: Сб. Бъдещето на България и Европа-социално-икономически алтернативи. С., УНСС.
Милкова, К., 2015. Географски анализ на преките чуждестранни инвестиции в България в контекста на регионалното развитие. Автореферат.
Мирчев, М. 2011. Динамиката в структурата на обществото–шоковото социално разслояване и неравенство в България. С.
Мирчев, М. 2010. Обществото като система: производителният принцип. – В: Сб. Социологията – от емпирията към теорията. С.
Митин, И. 2004. На пути к мифогеографии России: „игры с пространством“. – *Вестник „Евразия“*, 3.
Младенова, З. 2015. Глобализацията на икономиката и новата парадигма на развитие. Варна. Наука и икономика.
Лендри, Ч. 2005. Креативный город. М., Классика XXI.
Лаш, С. 2004. Критика на информацията. С.
Лэш С., Дж. Урри. 1994. Экономика знаков и пространства. М.
Лиотар, Ж. 1996. Постмодерната ситуация. С.
Олбру, М. 2001. Глобалната епоха. С.
Панушев, Е. 2005. Регионалният характер на финансовите кризи. – *Икономическа мисъл*, 4.
Пенков, И. 1943. Културен ландшафт. Понятие, характеристика и анализ съ към българските земи. – *Изв. на БГД*, 10.
Проданов, В. 1999. Глобалните промени и съдбата на България. С., ИК Хр. Ботев.

- Рифкин, Дж. 2002. Эпохата на достъпа. Атика.
- Флорида, Р. 2005. Креативный клас. Люди, которые меняют будущее. М.
- Фридман, Дж. 2004. Глобалната система, глобализацията и параметрите на модерността. Глобални модерности. С., Социални политики, критика и хуманизъм.
- Фридман, Т. 2006. Светът е плосък: Кратка история на XXI век. С., Обсидиан.
- Тофлър, А. 1980. Третата вълна, С.
- Тофлър, А. 2008. Революционното богатство. С.
- Урри, Дж. 2010. Социология за пределами общества. Виды мобильности для XXI столетия. М.
- Урри, Дж. 2005. Взгляд туриста и глобализация. М.
- Jacobs, Jane. 1961. The death and life of great American cities.
- Harvey, D. 1990. The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change. Cambridge, MA, Blackwell.
- Harvey D. Justice. 1996. Nature & The geography of difference. New York, Blackwell Publishing.
- Hirst, P., G. Thompson. 1996. Globalisation in question. Cambridge, Polity Press.
- Kotkin, J. 2000. The new geography: how the digital revolution Is reshaping the American landscape. New York: Random House.
- Perraton, J. 2011. The scope and implications of globalization. – In: The handbook of globalization.
- Peet, Richard. 1998. Modern geographical thought. Blackwell.
- Tuan, Yi-Fu. 1977. Space and place: the perspective of experience. London, Edward Arnold.

Постъпила март 2017 г.