

МОДАЛЬНОСТЬ ГОРОДСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ



Е.О. Евсеенкова,
Департамент политологии и
социологии УрФУ

Рассмотрены проблемы соотношения понятий «территориальная идентичность», «региональная идентичность», «локальная идентичность» и «городская идентичность». Предложено определение городской идентичности. Прокомментированы основные смысловые точки, необходимые для понимания термина «городская идентичность». Вынесена на обсуждение предложенная автором модель модальности городской идентичности. Проанализированы и проиллюстрированы данными социологического исследования элементы предложенной модели: включенность в городское пространство, привязанность к месту, ценностные ориентации, соответствие требованиям, восприятие городской среды, отличительных особенностей города по сравнению с другими населенными пунктами, отождествление себя с жителями города, восприятие жителей города, наличие фотографий городской местности, соответствие образу жизни городского населения, наличие чувства патриотизма, деятельность по улучшению городской среды или видение необходимости в такой деятельности.

Ключевые слова: территориальная идентичность, региональная идентичность, локальная идентичность, городская идентичность, привязанность к месту, включенность в городское пространство, модальность городской идентичности.

Глобализационные процессы, происходящие в настоящее время, оказывают влияние на все сферы человеческой жизни. Территориальный аспект не исключение: изменения и в экономической, и культурной, и политической, и социальной сферах находят свое отражение здесь. Поэтому особенно в постсоветское время, когда обострилась потребность изучения спектра идентичностей, исследователи из различных областей знаний активно занимаются изучением городской среды и идентичностей в ряде проявлений. Территориальная идентичность

же наиболее очевидная и естественная идентичность, необходимость изучения которой неоспорима.

Сегодня можно обозначить две основные тенденции, характеризующие российские города – рост столиц и крупных городов и убывание малых городов. Чаще всего молодежь покидает малые города – люди едут в более крупные города за образованием, за высокооплачиваемой работой. Возникает потребность в развитии территорий, которые остаются незаселенными, а также поднимается вопрос о возвращении молодежи в малые населенные пункты.

Мы провели пилотажное исследование, предметом которого выступила городская идентичность выпускников средних школ малого города Режа Свердловской области. На основе анализа результатов этого исследования, научной и справочной литературы (понятия идентичности и городской идентичности, факторов формирования, силы проявления и трансляторов городской идентичности) мы построили модель ее модальности.

Объектом нашего пилотажного разведывательного исследования выступили выпускники средних общеобразовательных школ города Режа, обучающиеся в 9-х и 11-х классах. Почему был выбран именно такой объект исследования? Во-первых, подростковый возраст характеризуется обострением значимости различного рода идентичностей, в том числе и территориальной, а во-вторых, после окончания школы выпускники обретают маргинальность, связанную с профессиональным самоопределением, и, зачастую, с территориальным, следовательно, проблема идентификации проявляется наиболее остро, в том числе и проблема идентификации с территорией.

Использовались качественные методы сбора данных – полуструктурированное интервью мягкого формата и проективные методики (семантический дифференциал для выявления восприятия жителями своего малого города Режа и крупного города Екатеринбурга, методика изучения рисунков для выявления характеристик соотношения информантов себя с городским сообществом). Были опрошены 4 респондента, отобранные при помощи квотной выборки, основанной на принципе доступных случаев.

Территориальная идентичность рассматривалась нами как представления индивида по поводу своей территориальной принадлежности, значениям и смыслам, разделяемым им с той территориальной общностью, которой он принадлежит. Это более общая категория по сравнению с региональной, локальной или городской идентичностями. Региональная идентич-

ность – это представления (мысли, чувства) индивида о регионе, формирующие его территориальную принадлежность. При этом ключевую роль играет не только физическое окружение индивида (объекты окружающей среды), но и воображаемая территориальная общность. Локальная идентичность понималась как представления об определенной локальной территории – месте проживания индивида, чаще всего его «малой родине» (то есть это более узкая смысловая категория, нежели региональная идентичность), и разновидностью локальной идентичности здесь выступает городская идентичность. Иначе говоря, в нашем понимании структура территориальной идентичности строится по «матрешечному» принципу.

Городская идентичность – это и социальная идентичность, поэтому принадлежность к определенной территории мы связываем с принадлежностью к определенной территориальной общности. Для замера изучаемой нами социальной идентичности мы ввели категорию «модальность городской идентичности», которая отражает характеристики привязанности к месту, соответствие особенностям воображаемого городского сообщества («своей» группы) и другие характеристики, иллюстрирующие знак идентификации с городом и городским сообществом.

В процессе определения категории городской идентичности для формирования концептуальной модели нашего исследования мы выделили основные смысловые точки, значимые для понимания нами данной концепции [3]:

1. Уникальность чего-либо занимает центральное место в понятии идентичность.

Городская идентичность предполагает видение уникальности черт, свойственных конкретной территории и относящемуся к ней городскому сообществу.

2. Идентичность требует сравнения предметов или людей.

Например, формирование городской идентичности предполагает сравнение имеющегося места жительства в конкрет-

ном населенном пункте с возможным местом жительства в другом населенном пункте.

3. Значение и опыт играют важную роль в восприятии идентичности.

Привязанность к месту формируется на основе придания объектам городской среды или некоему городскому пространству (части городского пространства) некоего смысла в результате опыта, связанного с этим местом.

4. Идентичность никогда не является стабильной конструкцией; напротив, это постоянно развивающееся и динамичное явление.

Любая идентичность трансформируется с течением времени в результате приобретенного в процессе жизнедеятельности опыта и появления новых смыслов.

5. Идентичность предполагает взаимодействие с другими людьми.

Значения местам придаются на основе опыта взаимодействия индивида с другими людьми или группами людей.

Городская идентичность – представление о своей принадлежности к месту и городскому сообществу, проживающему в нем. При этом в исследовании для нас было важно рассмотреть не только ту идентичность, которая предполагает идентификацию с городским сообществом, но и идентификацию с самим городским пространством на основе тех смыслов, что индивид придает определенной местности. Поэтому мы использовали такую категорию, как «привязанность к месту».

Привязанность к месту – это чувство связи с конкретным физическим окружением на основе смыслов, которые ему придают, а также деятельности по отношению к нему. Привязанность и чувство принадлежности к месту крайне важны, чтобы установить эмоциональную и когнитивную связь с местом, а это ведет к формированию чувства безопасности и принадлежности к сообществу. Таким образом, идентичность места больше чем просто физический облик, она также включает в себе определенное «значение» для человека и сообщества. То есть про-

странство, где индивид осуществляет свою жизнедеятельность, становится местом только тогда, когда он наполняет это пространство определенным смыслом. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что привязанность к месту играет немаловажную роль в формировании модальности городской идентичности, которая отражает характеристики привязанности к месту, соответствие особенностям воображаемого городского сообщества («своей» группы) и другие характеристики, иллюстрирующие знак идентификации с городом и городским сообществом. Модальность можно условно разделить на положительную и отрицательную с учетом следующих важных характеристик, определяющих ее знак:

Включенность в городское пространство. Одним из критериев идентификации с городом наши информанты обозначили знание местности, а один из четырех информантов отметил деятельность на благо города. В результате нашего исследования, используя классификацию, предложенную О.С. Чернявской [2], мы сделали вывод, что чем больше принятие идентичности, тем положительнее модальность городской идентичности.

Идентичность, как включенность в городское пространство, определяется следующими характеристиками [2]:

1. Принятие идентичности: активная включенность во все виды пространства.

2. Частичная включенность: принятие и включенность в одни элементы пространства при дистанцировании от других.

3. Дистанцирование: сознательная невключенность в городское пространство.

В нашем исследовании сознательной невключенности информантов в городское пространство не выявлено. В основном отмечена их частичная включенность в городское пространство, поскольку можно проследить те элементы, которые они принимают, и те, которые отвергают. В их речи часто встречаются контрастирующие мысли относительно городской среды. Проиллюстрируем это на примере ИЗ: «Город у нас иногда бывает краси-

вым, как я считаю – иногда он красивый, иногда нет. Все зависит от погоды» или «Ну, есть красивые места, допустим, плотина. Мне очень нравится это место (*с улыбкой*). Вообще в центре города довольно-таки красиво. Особенно если там приберутся... власти города (*смеясь*)». Отсюда следует, что на восприятие города информантом влияют погодные условия, мы также видим принятие архитектурного объекта (плотины) и, скорее, неприятие городской власти.

Одним из интереснейших результатов нашего исследования также было то, что информанты мужского пола демонстрировали по сравнению с информантами женского пола полное принятие идентичности – несмотря на то, что они видели недостатки городской среды, они выражали готовность мириться с этим или готовность действовать, чтобы исправить положение. Для наибольшей показательности представим мысли, выраженные И3 (девушка) и И4 (молодой человек) относительно реки Реж. И3: «Но у нас, я думаю, мало таких мест, где можно было бы отдохнуть, просто зайти в кафе какое-нибудь там, чай попить» и «И4: У нас очень мало в Реже мест, где может молодежь проводить свободное время. У нас ни клубов, ничего такого в этом плане нету. Если бы была моя, как говорится, воля в будущем, то можно было бы что-то такое создать – клуб, ну или так далее в этом плане. То, где молодежь сможет проводить свое свободное время». Кроме того, принятие подтверждалось на рисунках информантов позиционированием себя в городском сообществе. В отличие от девушек молодые люди не выделили себя на рисунке, а изобразили себя вместе со всем городским сообществом.

Привязанность к месту. Рассмотрим схему, предложенную канадскими исследователями Скэннелл и Гиффордом для измерения привязанности к месту [4]. Привязанность к месту по Скэннелл и Гиффорду состоит из следующих трех измерений:

1. Измерение человека: Кто привязан? В какой степени эта привязанность осно-

вывается на индивидуальных и коллективных значениях?

2. Измерение психологического процесса: Как аффект, познание и поведение проявляется в привязанности?

3. Измерение места: Что такое привязанность к месту? Какова природа этого места?

Согласно Скэннелл и Гиффорду, привязанность к месту может произойти как на индивидуальном, так и на групповом уровне. С одной стороны, личные воспоминания и переживания влияют на степень привязанности к месту на индивидуальном уровне. С другой стороны, привязанность к месту построена через общий исторический опыт и символические значения места.

Второе измерение психологического процесса включает в себя три компонента: аффект (эмоциональная связь), познание (воспоминания, убеждения, значения и знания) и поведение (привязанность, выраженная через действия).

Привязанность к месту имеет различные объемы и масштабы с точки зрения места как физического окружения. Поэтому измерение структуры места было разделено авторами на два уровня: социальная и физическая (естественная и сконструированная) привязанность к месту. Они подчеркивают, что физические характеристики могут быть центральными для измерения привязанности к месту; тем не менее, «люди привязаны к местам, которые облегчают социальные отношения и групповую идентичность».

Проведенное исследование позволило нам выдвинуть тезис о том, что чем более значимы для информанта коллективные значения места, тем положительнее модальность городской идентичности. Следует также упомянуть о том, что здесь очень важна такая характеристика привязанности к месту, как аффект: выражение чувства патриотизма и любви к городу, демонстрация информантом участия в городской жизни.

Ценностные ориентации. Исследование проиллюстрировало, что ценностные

ориентации играют не последнюю роль в формировании отношения к месту проживания. Например, стремление к престижу и красивой жизни дает ориентир на большой город, в котором «больше возможностей».

Соответствие ожиданиям. Центральный вопрос социального развития городов – организация рациональной жизни населения, обеспечение ее качества как определенного фактора его функционирования [1]. Ж.Г. Тощенко приводит довольно условное разделение факторов, которыми определяется жизнь города:

1) градообразующие факторы (влияние промышленности, транспорта, связи, управления, науки и др.), которые отражают взаимодействие города и общества, предопределяют количество рабочих мест, виды труда, квалификацию кадров, социальные аспекты жизни жителя;

2) градообслуживающие факторы – совокупность рабочих мест, связанных со сферой социальных услуг, – общественный транспорт, образовательные заведения, здравоохранение, торговля, учреждения культуры, то есть то, что общество дает человеку.

Центральный вопрос социального развития городов – организация рациональной жизни населения, обеспечение ее качества как определенного фактора его функционирования. Наши информанты отмечали, что в городе негде учиться (нет вузов), негде работать (в основном город держится на торговле, заводы плохо работают), негде отдыхать (нет клубов, кинотеатра, бассейна) по сравнению с Екатеринбургом.

Ж.Г. Тощенко отмечает, что особое значение для профессиональной структуры города имеет соответствие потребностей различных производств реальному качеству рабочей силы. То есть если у населения высокий уровень образования, то и труд должен быть более квалифицированный. Поскольку молодые люди стремятся к более квалифицированному труду, то вакансии, предлагаемые работодателями в городе, их не устраивают, и они считают, что в городе негде работать.

Кроме того, город не может быть чисто

промышленным – в нем нужны и научные учреждения, и учебные заведения, и другие атрибуты культурной среды, иначе снизится творческий потенциал города, уровень удовлетворенности жизнью [1]. Наше исследование дало информацию о том, что в городе Реже нет высших учебных заведений, информанты упоминали о Режевском строительном техникуме и давали ему положительную оценку, но это учреждение среднего профессионального образования. При этом город Реж, по оценкам информантов, – скорее, торговый город. Несколько раз они говорили о том, что торговых центров хватает, их больше не нужно, И4 также сказал о наличии заводов, которые работают не так, как раньше.

Для решения проблем социальной структуры города важное значение имеет соответствие ее возможностей ожиданиям жителей, то есть степень разнообразия структуры, реальные возможности социально-профессионального продвижения и осуществления социальных перемещений. Отсутствие этих условий становится причиной миграции населения. Неудивительно, что информанты говорили о том, что молодое население в основном стремится уехать из города Режа.

Восприятие городской среды, отличительных особенностей города по сравнению с другими населенными пунктами. Способность видения уникальных черт города по сравнению с другими населенными пунктами свидетельствует о включенности информанта в городское пространство, а отношение к объектам городской среды формирует восприятие городской среды, поэтому данная характеристика может являться одним из элементов, определяющих модальность городской идентичности. Например, большинство информантов указали, что символом, определяющим город в глазах жителей другого населенного пункта, можно назвать организацию «Реж-хлеб». И они не против такой ассоциации, а даже рады, что благодаря ее известности об их городе знают.

Отождествление себя с жителями города, восприятие жителей города. Здесь

очень показательное использование респондентами словесных конструкций. Например, И1 использует словесные конструкции, объединяющие с городским сообществом, будь то «мы», «наш город», но больше предпочитает говорить о себе и от своего имени. Кроме того, об отождествлении свидетельствует воспроизведение локальных историй. Об отрицательной идентичности нам могут говорить локальные истории, которые имеют в большей степени личностный характер, в основном то, что связано с самими информантами в том случае, если речь идет о городе. А, например, И2, который демонстрировал, скорее, положительную городскую идентичность, воспроизводил локальные истории относительно городских сообществ.

Чтобы показать, как влияет восприятие жителей города на модальность городской идентичности, приведем пример, скорее, отрицательной модальности и, скорее, положительной. Первое высказывание И1: «По сравнению с Екатеринбургом в Реже такое... ближе к старому населению... Они одеваются немодно. В Екатеринбург я приезжаю, и там у людей есть вкус. А тут никуда не пойдешь особо. Только на какие-нибудь мероприятия, может быть», – сразу видно, что информантом дается характеристика жителей, скорее, в негативном ключе. Кроме того, на вопрос, почему молодежь города Режа не стремится развивать свой город, И1 открыто заявляет, что это связано с тем, что они глупые, а на вопрос, такая же молодежь в Екатеринбурге или нет, не дает однозначного ответа. Второе высказывание относительно жителей у И2: «Мы никуда не торопимся. Все спокойно, медленно по сравнению с Екатеринбургом. Все в основном на природе проводят свой досуг. Природа – самое излюбленное место у населения. Все в основном любят посидеть на берегу, пожарить шашлыки, отдохнуть с семьей или с друзьями. Это больше всего присуще жителям нашего города. В зимнее время, в основном, какие-нибудь кафе. На улице уже не посидеть, холодно, поэтому кафе, примерно,

какие-нибудь... Или дома». Еще, по мнению И2, можно отличить режевлянина от жителя города Екатеринбурга по одежде, «потому что мало у нас магазинов всяких... модных... по сравнению с Екатеринбургом. Такого всего мало, только самое необходимое». И И1, и И2 говорят о том, что жители города одеваются немодно, но с совершенно разными интонациями. Здесь можно увидеть отношение к жителям города.

Наличие фотографий городской местности. Одним из заданий информантам в нашем исследовании было подготовить наиболее значимые фотографии на фоне города. Информанты, у которых мы наблюдали, скорее, отрицательную модальность городской идентичности, затруднились выполнить данное задание. Например, у И1 вообще не нашлось фотографии на фоне городской местности при том, что ей нравится фотографироваться, а И3 с большим трудом отыскала фотографии в семейном архиве. При этом ее на этих фотографиях не было и они были отобраны не по принципу значимости места, а по принципу наличия фотографий вообще.

Соответствие образу жизни городского населения. Это важно, потому что люди следуют образу жизни того сообщества, которому хотят принадлежать. Те, кто демонстрировал, скорее, положительную идентичность, отмечали, что ведут тот же образ жизни, что вся молодежь. Например, И2 действия по улучшению среды осуществляет наряду со всеми жителями своего дома, а также указывает на то, что на общегородских мероприятиях проводит свое время так же, как и все жители. Но этот пункт достаточно спорный, потому что некоторые информанты говорили о нестандартности собственного образа жизни, ведь каждый человек, по их мнению, неповторим.

Наличие чувства патриотизма. Те информанты, что демонстрировали, скорее, положительную модальность и на словах, и на рисунках, заявляли о своей любви к городу с неподдельной эмоциональностью. При этом, например, у одного из информантов осознание недостат-

ков собственного города вызывали грустные эмоциональные реакции, незнание каких-то исторических фактов вызывало смущение, а разговор на тему города ему было интересно поддерживать.

Деятельность по улучшению городской среды или видение необходимости в такой деятельности. Например, И2 добровольно занимается уборкой территорий и видит необходимость в создании тех или иных элементов инфраструктуры, а И4 считает возможным и желательным создание собственного дела в Реже, без сомнений высказывает эту идею. При этом И4 на данный момент активно участвует в общегородских мероприятиях и самодеятельности, городских конкурсах, а также осведомлен об общегородских проблемах, зна-

ет, что и где строится, знает современную ситуацию в городе, ориентируется в ней. Неравнодушен к ситуации в городе. Речь идет как раз о тех информантах, которые демонстрировали, скорее, положительную модальность городской идентичности.

Итак, на основе анализа литературы и проведенного пилотажного исследования, мы выделили десять пунктов, которые помогут проследить знак городской идентичности, то есть ее модальность. Каждый из этих пунктов требует более детального анализа и изучения для применения данной модели в исследованиях, однако уже сейчас возможно рассмотреть некоторые ориентиры для социологического изучения проблемы территориальной идентичности.

Библиографический список

1. *Тощенко Ж.Г.* Социология: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальностям «социология», «социальная антропология» и «организация работы с молодежью» – 3-е изд., перераб. и доп. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005. – 604 с.
2. *Чернявская О.С.* Управление идентичностью горожан // В кн.: Социально-экономические преобразования и проблемы / Науч. ред. З.М. Саралиева, А.А. Иудин. Вып. 1. Н. Новгород : Изд-во НИСОЦ, 2011. – С. 153–162. // www.hse.ru/pubs/share/direct/document/64411870 (Дата обращения: 19.10.2014)
3. *Kaymaz I.* Urban Landscapes and Identity // <http://dx.doi.org/10.5772/55754> (Дата обращения: 19.10.2014)
4. *Scannell L., Gifford R.* Defining place attachment: A tripartite organizing framework // *Journal of Environmental Psychology*. – 2010. – Vol. 30. – № 1. – P. 1–10.

THE MODALITY OF URBAN IDENTITY

E.O. Evseenkova

The article discusses the relationship between the concepts of territorial identity, regional identity, local identity, and urban identity. The author proposes the definition of the urban identity. The article comments on the basic semantic points necessary for understanding urban identity. The author's model of modality of the urban identity is proposed for discussion. With the help of the data of sociological research the author analyzes and illustrates the elements of the proposed model: the inclusion in the urban space, place attachment, value orientation, conformity to requirements, perception of the urban environment, the distinctive features of the city in comparison with other localities, self-identification of people with the inhabitants of the city, the perception of the inhabitants of the city, the presence of photos of urban areas, the correspondence to the lifestyle of the residents of the town, the presence of patriotism, efforts to improve the urban environment or understanding the necessity in such activities.

Keywords: territorial identity, regional identity, local identity, urban identity, place attachment, inclusion in urban space, the modality of the urban identity.

Сведения об авторе

Евсеевкова Екатерина Олеговна, студентка 4-го курса, Департамент политологии и социологии УрФУ, 620083, г. Екатеринбург, пр. Ленина, 51; e-mail: kateevse@mail.ru

Материал поступил в редакцию 14.09.2014 г.