

ГОРОДСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ

ПОКАЗАТЕЛИ ГОРОДСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ КАК ЭЛЕМЕНТА СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА ГОРОДА

Наталья Анатольевна Костко (kostkonir@yandex.ru)

Тюменский государственный университет, г. Тюмень, Россия

Цитирование: Костко Н.А. (2022) Показатели городской идентичности как элемента социального пространства города. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 25(1): 190–216. <https://doi.org/10.31119/jssa.2022.25.1.7>

Аннотация. Город как концентрированное выражение общественных изменений и городская идентичность находятся в фокусе внимания исследователей и практиков. Локальность и связанная с ней идентичность сохраняют свою социальность и значение в современном мире. Такое внимание объясняется возможностью конструирования городской идентичности и социального пространства города как элементов нематериальных ресурсов развития. Значимым является определение показателей городской идентичности, которые характеризуют современный социальный контекст информационного общества, их отличие от традиционных, необходимость сочетания тех и других для достижения целей развития города и горожан. Цель статьи — теоретическое обоснование показателей городской идентичности, напрямую или косвенно определяющих социальное пространство города. Дополнительная ценность исследования — это концептуализация связи городской идентичности горожан и социального пространства города, обогащение определения понятия «городская идентичность» с точки зрения комплексного подхода. Такой подход позволяет провести различие между городской идентичностью и идентичностью города, выделить показатели, которые могут быть применены при проведении социологических исследований, а также в практике управления и социального конструирования социального пространства города.

Ключевые слова: город, городская идентичность, идентичность города, тонкая, толстая, ситуативная идентичность, конструирование идентичности.

Введение

Понятие социального пространства города анализируется через призму категорий, составляющих его каркас, а именно идентичность, социальную активность, нормы доверия и солидарности с учетом особенностей развития городов, перехода к новой управленческой парадигме. В работе акцент сделан на исследовании природы городской идентичности горожан

как элемента, обладающего целым рядом свойств и характеристик, которые оказывают непосредственное влияние как на социальное пространство в целом, так и на его компоненты.

Итак, любые попытки исследовать городские явления и процессы начинаются с анализа характеристик современного типа общества, современности как таковой. Вслед за М. Кастельсом принимается тезис об информационном типе общества. Для данного этапа развития общества определяющими характеристиками его обозначения становятся глобализация и связанные с ней информатизация и цифровизация.

Комплекс всеобщих и всеобъемлющих изменений трансформирует все стороны общественной жизни, не только структурно-функциональные, но и содержательные, сущностные ее аспекты. Степень сложности и неопределенности происходящего обозначается в терминах текучего (Амин, Трифт 2002), ускоряющегося, индивидуализирующегося (Бауман 2005) общества. Используя терминологию системного подхода, можно сказать, что каждый элемент социальной системы: мир, государства, регионы, города, люди, — включены в динамику и логику изменений.

Глобализация поставила в центр происходящих изменений человека, социальные аспекты жизнедеятельности общества. Как следствие актуализируются задачи по поиску адекватных способов и механизмов овладения и регулирования происходящим с учетом повышения роли социальной во всех сферах жизни. Ведущая роль в решении задач, угроз, вызовов современности отведена управлению на разных уровнях и в разных системах (Гидденс 1993: 68).

Города выступают концентрированным выражением происходящих трансформаций, основным объектом управленческого воздействия. Отсюда рост исследовательского внимания к тому, что происходит в городах, увеличение предложения идей, концепций, подходов по управлению городами как сложной социальной системой.

Город предстает как сложная социальная система, где роль, место, функции каждого элемента могут быть обозначены через отношения, связи, действия между ними. К элементам города как социальной системы отнесены его социальное пространство, в границах которого эти действия и отношения проявляются. Социальное пространство, фокусируя на себе социальные характеристики города (Иванов 2013; Филиппов 2008) естественным образом, становится основанием, где обеспечивается процесс взаимодействия и взаимовлияния материально-вещественных и социально-культурных параметров развития города.

Социальное пространство города — это совокупность социальных связей, взаимозависимостей и взаимодействий, проявления интересов

разных групп горожан, ключевыми характеристиками которого являются городская идентичность горожан, их социальная активность, основанная на нормах доверия и солидарности между активными субъектами городского сообщества. Большинство авторов указывают на связность между категориями идентичности и пространства (Paasi 2001; Смирнягин 2007). Типология пространства (рефлексивное, проживаемое, символическое пространство и чувство города) связана с элементами четырехкомпонентной структуры идентичности, в которой выделяют когнитивный, аффективный (эмоционально-чувственный), ценностно-смысловой (ценностно-нормативный), практический (поведенческий, деятельностный, инструментальный) компоненты (Горнова 2018: 14).

Связь между идентичностью и пространством в настоящее время еще более усложняется через индивидуализацию, миграцию, экономические изменения и политический масштаб (Terlouw 2012: 710), и ряд западных исследователей, помимо элементов традиционной четырехкомпонентной структуры идентичности, указывают на наличие современной (тонкой / Terlouw 2009/, ситуативной /Rosa 2013/, репрезентационной /D'Ambrosio 2019/) идентичности. Современная идентичность принимается как реплика на происходящие изменения. Необходимость исследования параметров современной идентичности определяется значением ее влияния на социальное пространство города, на возможности управления им.

Базовым элементом социальной природы человека является идентичность. В настоящее время не вызывает споров тезис о том, что существование человека напрямую связано с его возможностью взаимодействия и отождествления себя с другими. Для целей исследования принимаются следующие положения: «идентичность обозначает способы, которыми индивиды и коллективы различаются в своих отношениях с другими индивидами и коллективами; идентификация — это систематическое установление и обозначение между индивидами, между коллективами и индивидами и между коллективами отношений сходства и различия. Так как они могут быть взяты только вместе, то сходство и различия являются динамическими принципами идентификации и лежат в основе человеческого мира» (Jenkins 2008: 18).

К феномену социальной идентичности традиционно выделяют два подхода: объективистский и субъективистский (очень часто их рассматривают как непримиримые и не объединяемые). Согласно традиции П. Бурдьё, будем придерживаться тезиса о том, что «в предмет социальной науки должна быть включена как сама реальность, так и ее восприятие, представления о ее развитии, возникающие у субъектов в зависимости от их позиции в реальном социальном пространстве» (Бурдьё 1993: 142).

В нашей работе научные подходы четко не разграничиваются, и одновременно речь идет не об их механическом совмещении, скорее, применяется синтетический прием, при котором сложный социальный объект исследования рассматривается с разных позиций, под разным углом зрения. В статье присутствуют отсылки к идеям системного подхода, позитивизма, структурализма, конструктивизма и др.

Обозначим ряд допущений и ограничений, которые приняты в работе. Анализ понятия «городское сообщество», а также анализ соотношения тождества/различия понятий «территориальная идентичность» и «городская идентичность» вынесен за рамки статьи. Системный подход позволяет рассматривать город и регион как равно порядковые социальные системы, отличные масштабom и количеством физических параметров, а не характеристиками структурно-функциональных элементов и набором подсистем. Как следствие принимается тезис о возможности использования характеристик региональной идентичности по отношению к городу. Понятия городская идентичность и идентичность города не отождествляются.

Новизна статьи в постановке вопроса о соотношении понятий традиционной/толстой и современной/ситуационной идентичности, и определении их показателей для целей социологического исследования. Кроме того, дополнена интерпретация понятия современной/ситуационной идентичности показателями, которые учитывают связи и отношения горожанина, представлены аргументы в пользу учета в практике управления как идентичности города, так и городской идентичности горожан с указанием на их взаимовлияние и взаимное усиление.

Необходимость знания показателей городской идентичности и идентичности города обусловлено их взаимовлиянием и тем значением, которое они занимают в современном обществе. Идентичность приобретает свойство экономического, нематериального фактора развития территории. В современной литературе подчеркивается, что «региональная/городская идентичность является важным элементом “брендового ландшафта”, даже настолько, что место бренда и идентичность рассматриваются как тесно переплетенные и часто неразделимые, оба одинаково способствуют региональной/городской конкурентоспособности» (Zimmerbauer 2016: 323) (курсивом обозначены авторские дополнения).

В основание работы положен ряд тезисов о том, что городская идентичность есть результат действия механизма двойного структурирования объективного и субъективного восприятия социального мира (Бурдые 1993), городская идентичность и ее вес для индивидов определяется в сочетании с деятельностным проявлением последнего. Деятельностный

аспект горожан проявляется через их отношение к целям развития города, их социальную активность, определение ответственности за свою деятельность и самоорганизацию (Le Dantec, DiSalvo 2018: 250). Городская идентичность горожан характеризуется через показатели их восприятия и отношения к идентичности города, к его культурному контексту.

Идентичность и ее изменения

Напряженность между глобализацией и глокализацией объясняет актуальность исследования проблемы характера и свойств современной идентичности. Исследователи по-разному оценивают эти процессы и их влияние на человека. А. Пааси отмечает, что «дискурс идентичности возник одновременно с такими аргументами, как то, что мир, особенно западный, движется к “принудительной” индивидуализации: жизнь людей все чаще остается под их собственной ответственностью, так что люди формируют свою жизнь и окружение через личные идентичности, а не через такие категории, как национальность, класс, род занятий или родной регион» (Paasi 2003: 47). По мнению М. Кастельса, принадлежность к глобальному пространству потоков породило обратный процесс сопротивления, который проявляется в поиске и определении новых ориентиров собственного положения в обществе (Castells 2010: 110).

Рост городов и их все возрастающая роль во всех сферах жизнедеятельности направляет фокус исследовательского внимания именно на них. Одной из важнейших характеристик города является его идентичность, особость по отношению к другим городам. На каждом этапе своего становления и развития города и горожане всеми средствами подчеркивали неповторимость своего города. Идентичность города, его образ становятся элементом конкурентных преимуществ по привлечению и удержанию разного рода ресурсов и условий для развития. Под влиянием ускоряющихся процессов и темпов жизни изменяется идентичность города, не остается неизменной идентичность горожан.

Скорость и особенность общественных изменений требуют поиска новых решений встраивания человека в эти процессы. Вместе с тем «вторжение безразличного сходства мест в глобальном масштабе выросло до такой степени, что порой вы не можете быть уверены, в каком городе находитесь» (Lewicka 2010: 209), что подталкивает и людей, и ученых к поиску не столько различий, сколько индивидуальности и идентичности.

Характеристики схожести и различия между людьми всегда были предметным полем парадигм идентичности. «Позднее современное общество требует не только принятия различных и разрозненных ролей, но и различных и разнородных парадигм идентичности» (D'Ambrosio 2019: 1063).

Сложность определения понятия идентичности показана в классификации направлений использования термина, которую предложил Р. Брубейкер. В частности, он говорит о функциях идентичности: «подчеркивать не инструментальный аспект действия; привлекать внимание к самопониманию, в отличие от своекорыстия; обозначать тождество личностей, в том числе сохраняющееся во времени; схватывать предположительно ключевые, основополагающие аспекты самости; отрицать существование таких ключевых основополагающих аспектов; подчеркивать процессующее, интерактивное развитие солидарности и коллективного самопонимания; освещать фрагментарность современного опыта “я”, nascоро слепленного из осколков дискурса, которые случайным образом оживают в различных контекстах» (Брубейкер 2012: 78).

Понятие «идентичность» неоднозначно в связи с многообразием социальных контекстов, в которые оно вплетено, а также обусловлено необходимостью учитывать в рамках анализа его собственные содержательно-смысловые определения. Тем не менее это не позволяет принять тезис Р. Брубейкера о том, что понятие идентичности «не может полностью удовлетворять требованиям социального анализа» (Брубейкер 2012: 63). Многогранность подходов и научных парадигм к определению идентичности помогает не просто видеть разные предметные плоскости объекта, а скорее учитывать это многообразие и сочетать их.

Исследование городской идентичности усложняется тем, что город как системный элемент, влияющий на конструирование идентичности человека, является конгломератом сложной социальной структуры общества. Эта многогранность структуры лишает город однородного чувства идентичности, гражданства и представлена «множеством различных гражданств, связанных с идентичностью, социальным позиционированием, культурными предпосылками, институциональными практиками и чувством принадлежности. При этом многие из этих позиций являются маргинальными, миноритарными или даже субальтернативными» (Vanolo 2016: 29).

Определение сути городской идентичности напрямую связано со знанием об особенностях городского сообщества. Приходится сталкиваться с проблемой неопределенности в вопросе о том, имеем ли мы дело с горожанами, обладающими высокой долей городской идентичности и социальной активности, основанной на нормах доверия, солидарности и коллективизма, или же мы имеем дело с субальтернативными акторами. По мнению А. Ваноло, термин субальтернативности часто используется как синоним маргинальности и угнетения.

В качестве рабочего определения субальтернативности принимается термин в его узком понимании как характеристика, «связанная с отсут-

ствием свободы воли и самоопределения из-за исключения из гегемонистской культуры. Субальтернативные субъекты, следовательно, являются молчаливыми и невидимыми, лишены доверия и свободы воли; они не могут выразить свои способы познания и мышления, а вместо этого должны соответствовать (или быть определены в негативных терминах по отношению к) доминирующей культуре» (Vanolo 2016: 29).

Фиксация явных проявлений субальтернативности в городском сообществе расширяет наше понимание особенностей городской идентичности в части определения степени индивидуализации горожан. Субальтернативность не является характеристикой идентичности, но она связана с последней через отсутствие или занижение у человека социальной активности, норм доверия, солидарности и коллективизма, тех свойств, которые обеспечивают наполнение содержанием социальное пространство города. По отношению к сущности идентичности значим и инструментален деятельностный подход. «Идентичность — это человеческая способность, коренящаяся в языке, знать “кто, есть кто” (и, следовательно, “что есть что”). Это процесс-отождествление, а не “вещь”. Это не то, что человек может иметь или не иметь; это то, что он делает» (Jenkins 2008: 5).

Работа Р. Дженкинса по социальной идентичности — подходящий аналитический объектив, посредством которого городская идентичность и процессы, связанные с ней, могут быть лучше поняты. Р. Дженкинс сам охарактеризовал отличие своего подхода к идентичности и идентификации от других исследовательских идей. Суть его определения идентичности заключается в расстановке акцентов не только на «различие», но и на необходимость принятия феномена «сходства». Более конкретно, внимание обращено на возникающую диалектику сходства — различия и внутреннего — внешнего, что предполагает исследовать идентичность не через артикуляцию различия, а через парность характеристик. Мы будем придерживаться тезиса о том, что «понятие идентичности включает в себя два критерия сравнения между людьми или вещами: сходство и различие» (Jenkins 2008: 17).

Логика исследования городской идентичности подводит к необходимости определения соотношения понятий идентичности и идентификации. Согласно Р. Дженкинсу, идентификация — необходимое сопровождение идентичности. «В идентичности есть нечто активное, что нельзя игнорировать: она не “просто есть”, она не “вещь”, она всегда должна быть установлена. Это добавляет еще два элемента в наш стартовый пакет: классифицировать вещи или людей; ассоциировать себя с чем-то или с кем-то (например, с другом, спортивной командой или идеологией)» (Jenkins 2008: 17).

Наряду с когнитивным определением характера идентификации Р. Брубейкер выделяет ее психодинамический смысл, который включает «эмоциональное идентифицирование себя с другим человеком, категорией или коллективом» (Брубейкер 2012: 94), одновременно разграничивая понятия идентичности и идентификации как положения и процесса.

Развитие идей Р. Дженкинса представлено в ряде отечественных работ, где «идентификация — это субъектно-объектный сознательно осуществляемый процесс. Различия между понятиями “идентичность” и “идентификация” носят не сущностный характер, а семантический и практический, так как они подразумевают одну и ту же феноменологическую реальность. Как правило, первое — результат, второе — процесс» (Кузнецова 2012; Галмагова, Кокаревич 2018: 49).

Идентификация как процесс соотносительности с собой и миром определена характером и типом идентичности. Ряд авторов утверждают, что «существуют два способа взглянуть на идентификацию: индивидуальная или коллективная самоидентификация и категоризация индивидуальных или коллективных других. Это признание обеспечивает основу для дальнейшего концептуального различия между группами и категориями: внутренняя связь с коллективом, формирующим первое, внешняя категоризация, определяющая второе» (Clark, Hordósy: 355).

Соотношение идентичности и идентификации рассматривается через призму отношений индивидуального и коллективного, их неразрывной связи и взаимовлияния. Р. Дженкинс прямо указывает на то, что данный подход не радикально нов и утверждает, что «в отношении идентификации индивидуально уникальное и коллективно разделяемое могут быть поняты как сходные в важных отношениях» (Jenkins 2008: 37). Следуя логике Р. Дженкинса индивидуальное подчеркивает различие, а коллективное — сходство, при этом каждый возникает из взаимодействия сходства и различия.

Человеку необходимо соотнести себя с другими, определить свое место относительно окружения, позиционировать свою роль в определенной системе координат. Соотнесение себя с миром, определение своего места проходит через идентификацию. Идентификация проявляет себя через действие, процесс, рефлекссию и невозможна без учета контекста. Рефлексия и контекст рассматриваются как свидетельство проявления социальности (Брубейкер 2012: 90). Социальность идентификации это вопрос смысла, а смысл включает в себя взаимодействие (Jenkins 2008: 17). Можно продолжить логическую цепочку рассуждений и прийти к понятиям социальной активности и деятельности субъекта в процессе взаимодействия и его связности с идентификацией и идентичностью

индивида. Идентичность социальна по природе как характеристика носителя и как форма рефлексии.

Место, роль, рефлексия, социальность встроены в определенные институциональные условия. Идентичность не свободна от этих институциональных условий. Она обладает формой институциональной структуры общества (Галмагова, Кокаревич 2018: 48). Связность идентичности с институциональной структурой общества позволяет выделять городскую идентичность горожан, идентичность города как определенные формы.

Существует целый ряд концепций, которые раскрывают сущность понятия идентичности. Когнитивное содержание идентичности человека сочетается с его чувственным, эмоциональным восприятием, отношением к себе, окружению, что позволяет обратиться к психологическому подходу в определении сути понятия. Психологический подход к идентичности Дж.Х. Тернера основан на выделении четырех типов идентичности: а) ядро идентичности; (б) социальная идентичность; (в) групповая идентичность; (г) ролевая идентичность (Turner 2010: 194).

Не пытаясь охарактеризовать каждый из типов, выделим значимые выводы из теории Дж.Х. Тернера: стержневую идентичность / «я-концепцию» трудно изменить уже к концу подросткового возраста (Turner 2010: 197), что говорит о временной ограниченности воздействия и тем более социального конструирования стержневой идентичности. Роль внешних факторов, институтов, социума в данной части формирования идентичности имеет первостепенное значение, что не может не отразиться в практике управления. Факт краткосрочности складывания идентичности в сочетании с возрастными особенностями индивидов, качества влияния на последних усиливает значимость конструирования идентичности в этой части со стороны социальных институтов общества.

Вывод о социальной идентичности логически подводит к инструментальной части конструирования идентичности. Социальная идентичность усваивается через накопление глубоко укоренившихся когнитивных установок, чувств и поведенческих паттернов, которые обеспечивают включение, погружение и социализацию в рамках определенной субкультуры, которая «интернализируется и впоследствии направляет элементы всех форм поведения, таких как акцентированная речь, поведение тела, когнитивное мировоззрение или эмоциональные склонности» (Turner 2010: 199).

Установки и ценностные ориентации индивида соотносятся и с его групповой идентичностью. Групповая идентичность — это идентичность, связанная с занятостью в корпоративной единице или с идентификацией с ней. Чем более ценно для человека это занятие, тем больше вероят-

ность того, что у него разовьется групповая идентичность (Turner 2010: 199–200).

Рольевые идентичности, которые важны для человека, обычно становятся более размытыми, распространяясь на ситуации, выходящие за пределы корпоративной единицы или даже институциональных областей (Turner 2010: 201).

Для определения природы идентичности значим вывод Дж.Х. Тернера, о том, что многие социальные и рольевые идентичности являются средством, с помощью которого другие идентичности становятся очевидными для других (Turner 2010: 202). Исследуя социальные и рольевые идентичности можно понять характер и других видов идентичности.

Брубейкер разделяет концепции идентичности на жесткие и мягкие. Первые демонстрируют онтологическую сущность идентичности, указывая на имеющиеся отношение к когнитивному, характеризующему, классификаторскому смыслам, в то время как мягкие обозначают идентичность сквозь призму изменчивого, текучего, индивидуализированного мира (Брубейкер 2012: 90). Развитие данного тезиса находит свое подтверждение в исследованиях новых типов идентичности: «лоскутной идентичности», «ситуативной идентичности», «профилированной/презентационной идентичности». Помимо обозначения новых типов идентичности, нельзя не указать на их отношение с традиционными моделями идентичности, которые есть продукт досовременного общества. Внимание к новым типам идентичности обусловлено принятием вызовов времени. Значительно возросшие объемы и скорости движения, коммуникации, информации позволяют «сегодня предлагать больше опыта и избирательных идентичностей, чем когда-либо прежде» (Jenkins 2008: 29). В нашей работе акцент сделан на анализ мягких концепций идентичности по классификации Р. Брубейкера.

В условиях растущей индивидуализации общества, акцента на усиление индивидуальной ответственности и выбора вариантов и сценариев действия идентичность «рассматривается как проект, в котором человек упорядочивает для себя фрагменты опыта» (Галмагова, Кокаревич 2018: 55). В эпоху досовременности этот опыт складывался годами и поколениями, он имел вес и значение для жизни, для ее продолжения. Формирование модели идентичности напрямую было связано с устоявшимися социальными нормами и ценностями общества.

Сейчас скорость производства опыта убыстряется, его источники расширяются и фрагментируются, вес и значение когда-то незыблемых и всеми принятых норм и ценностей размываются. Человек сам конструирует свое видение себя и других, и эти конструкции столь же изменчивы

и не прочны, как и мир вокруг человека. Фрагменты знаний, образов, опыта, действий и отношений с разными меняющимися сообществами формирует фрагментарную, лоскутную идентичность. Лоскутная идентичность не заменяет традиционную, изменяются пропорции соотношения. В связи с этим возникает целый ряд вопросов. Каковы пропорции соотношения между традиционной и современной идентичностью? Что происходит с ядром, онтологической идентичностью? По мнению, например, Дж.Х. Тернера оно не меняется. Так ли это? Изменяется ли социальная идентичность? Скорее всего, да, если принять тезис о коррозии общественных обязательств (D'Ambrosio 2019: 1071). Авторы отмечают, что многие виды идентичности размываются, в том числе городская идентичность, «наблюдается “делокализация” и “детемпорализация” традиций, их отрыв от фиксированных пространственных и временных рамок» (Галагова, Кокаревич 2018: 57).

Описание современной идентичности как ситуативной представлено в работе Х. Роза, который классифицирует современность и позднюю современность как «ускорение» (Rosa 2013). Ускорение общества характеризуется быстрой сменой его институциональных основ, функциональной дифференциацией, фрагментарностью, новыми смыслами социальных ролей индивидов (D'Ambrosio 2019: 1061).

Ситуативная идентичность является реакцией на происходящее, в том числе на деятельность различных институтов, которые сами находятся в постоянном поиске и реализации изменений. Испытывая сильнейшее давление высоко динамичного общества позднего модерна, субъекты пытаются стать такими же динамичными, «требуя, чтобы их проекция себя на других, а также их само понимание были чрезвычайно гибкими». Таким образом, люди развивают своего рода “ситуативную” идентичность» (D'Ambrosio 2019: 1063). Проблема заключается в том, что все типы идентичности сосуществуют одновременно в разной пропорции и в разной степени востребованности человеком и обществом. Возникает вопрос: традиционные идентичности, социально установленные и новые, находятся в единстве или в борьбе противоположностей?

Х. Роза драматически оценивает сдвиг, который происходит в преобладающих типах личности и моделях идентичности. По его мнению, человек все больше стремится к контролю/господству над природой, временем, всем, что его окружает, и это определяет конструкторские модели идентичности человеком себя и отношений с другими. Субъекты формируют идентичность и идентифицируются с другими по формуле «кто мы есть», которая является «функцией наших отношений с пространством, временем, другими людьми и объектами нашего

окружения (или с нашими действиями и опытом)» (цит. по: D'Ambrosio 2019: 1065).

Таким образом, идентичность рассматривается как отношение индивидов с пространством, с другими людьми. Идентичность приобретает свойство инструмента, посредством которого возможен выход на познание еще более абстрактного понятия — социальное пространство. В до-современном обществе образцы идентичности представлены поколенческими, пожизненными, автономными ролями, сейчас «мгновенными», и здесь может быть даже «полный ситуационный разрыв», идентичность фрагментирована, ей не хватает конкретного пространства или единой объединяющей роли; идентичность имеет исключительно ограниченную временную согласованность (D'Ambrosio 2019: 1065). Описание идентичности индивидов, пусть даже ее фрагментированности, позволяет отследить разрывы в отношениях между субъектами социального пространства города, охарактеризовать его.

Основными маркерами «традиционной» (Дробижева 2018), «толстой» (Terlouw 2012), «досовременной» идентичности (Гидденс 1994) является их универсальность, признание практически всеми членами общества, принятие и следование правилу о том, что идентичность дается, а не выбирается. Субъект берет на себя внешне определенную и фиксированную роль, которая напрямую соотносится с его отношениями с пространством, временем, другими, социумом, собственным опытом и действиями (D'Ambrosio 2019: 1065). Роль индивида в его отношениях с обществом и социальным пространством скорее пассивна в силу ее встраивания в границы действующих традиционных четких правил и норм.

Современную апостериорную идентичность характеризует индивидуализация выбора проекта своей идентичности, ответственность за этот выбор, соотнесенность со временем. Речь идет о свойстве темпоральности современной идентичности. Современные типы идентичности представляют собой некий отклик, реплику изменяющемуся миру, профилированная идентичность заключается не столько в том, как человек вовлечен в определенные взаимодействия или в определенное окружение, но и в том, как это взаимодействие представлено (D'Ambrosio 2019: 1074).

Профилированность превращает настоящее в презентацию. Говоря в терминах Н. Лумана, «презентация» — это информация, которая после передачи теряет свою информационную ценность и должна сопровождаться новой презентацией того, что будет сделано дальше (D'Ambrosio 2019: 1074). Значение такой презентации сразу же исчезает после ее показа. На первый план выходит не суть, а форма, образ представления. Акценты делаются не на то, что есть в реальности, а на то, что значимо

в конкретный момент времени. И эта значимость скорее навязана извне, она демонстрируется для кого-то, для другого. Такая идентичность сменяется и коренным образом трансформируется под влиянием различных факторов, которые так же изменчивы.

Разделение идентичности на толстую и тонкую — это своеобразное обозначение идентичности традиционного и современного типа общества. В таблице 1 представлены основные характеристики этих идентичностей, которые были обоснованы в работах К. Терлоу.

Таблица 1

Характеристики толстой и тонкой идентичности
(по: Terlouw 2009: 454; 2012: 710)

Толстая идентичность	Тонкая идентичность
Прочные локальные сети	Растянутые некрепкие сети
Основана на общей культуре и общественных отношениях	Связана с конкретной проблемой и требует меньшего непосредственного взаимодействия с другими людьми
Социальные сети определяются коллективным выбором, нормами, территориальностью	Социальные сети определяются индивидуальным выбором. Размывание социальных рамок и институтов
Связи коллективно ориентированы	Связи индивидуально ориентированы
Связи крепкие	Связи некрепкие
Коллективная идентичность	Индивидуальная, избранная, текучая и временная идентичность взамен коллективной идентичности
Связи имеют нормативный аспект	Связи практичны и утилитарны
Связи фиксированы и укоренены в культуре и истории	Связи подвижны и основаны на диалоге

Стоит обратить внимание на то, что представленная классификация типов идентичности основана на выделении характера отношений между индивидами на уровне связности между членами общества в целом. В случае если связи и отношения четко прослеживаются, значимы для большинства членов общества, поддерживаются, связаны с общими целями и горизонтами развития, то можно говорить о преобладании традиционного типа идентичности. Изменение характера отношений может свидетельствовать о присутствии (в большей или меньшей степени) современного типа идентичности. Нельзя, оценить, какой тип лучше/хуже, значим или в большей степени необходим, востребован в обществе. Каждый из типов идентичности сформирован и действует под влиянием различных

факторов и условий у людей, различающихся по своим социально-психологическим, социально-физиологическим и другим свойствам.

Различные типы идентичности (тонкая — толстая, современная — традиционная, лоскутная и ситуативная и т.д.) позволяют выполнять индивиду разные функции в быстро меняющемся мире, встраиваться в происходящие изменения. Можно высказать предположение, что сегодня один тип идентичности не может заменить другой. Сложно построенная структура идентичности требует учета не только в плане ее анализа, но и в практике социального проектирования и определения способов и контуров развития города, его социального пространства.

Изложенный выше анализ позволяет принять в качестве базового определение «идентичности», сформулированное в традиции П. Бурдьё. Идентичность есть сложно структурированный и многофункциональный продукт субъектной структуризации восприятия, рефлексии, конструирования социального мира и влияния последнего на индивида.

Понятия «городская идентичность» и «идентичность города»

Анализ научных подходов понятия «городская идентичность» показал наличие диаметрально противоположных суждений о природе, структуре, функции, значении данного вида идентичности в современном обществе. Разноплановость научных взглядов привела к необходимости постановки ряда исследовательских вопросов. В первую очередь это вопрос о возможности отождествления понятий городская идентичность горожан и идентичность города, о значении и роли, функциях городской идентичности для граждан, общества в целом, наконец, вопрос о возможности исследования городской идентичности и как следствие ее формирования и конструирования для целей управления развитием города.

Ряд авторов, опираясь на теорию З. Баумана о текучей современности, делают вывод об изменении процесса формирования идентичности, особенно городской. Согласно Х. Роза «ситуативная идентичность не связывает людей с их конкретными социальными ролями» (D'Ambrosio 2019: 1069). При этом роли человека тесно связаны с пространством и временем, а поздняя современность характеризуется размыванием этой связности с последними. Если вспомнить многократно цитируемый тезис М. Кастельса о городе как потоке, Р. Флориды о креативном мобильном классе, не имеющем тесной связи с пространством, о масштабе информационных и цифровых трансформаций в мире, то становится понятным, что классическая триада «человек — пространство — время» действительно меняется. Кроме того, высказываются идеи о том, что пространство в современных условиях выступает сдерживающим фактором развития

человека, ограничивающим вариативность его выбора в условиях усиливающейся динамизации жизни (Михайлова 2017: 3–4).

Роза описывает это позднее современное пространство без места и «без предикатов» как имеющее только «ситуативную идентичность», как следствие человек обязан принимать разнородную идентичность. Происходит сжатие идентичности (D'Ambrosio 2019: 1069).

Признавая влияние поздней современности на сжатие идентичности и пространства, мы фиксируем ситуацию, при которой эти же процессы инициируют обратное движение, связанное с интересом к идентичности не просто как способу сохранения своеобразия, но и как к способу решения проблем адаптации к изменениям через конструирование идентичности. М. Кастельс, ссылаясь на идеи Э. Гидденса, считает, что влияние поздней современности на поворот к идентичности возникает, когда «одной из отличительных черт современности является растущая взаимосвязь между двумя крайностями экстенциональности и интенциональности: глобализирующимися влияниями, с одной стороны, и личностными диспозициями — с другой» (Castells 2010: 11).

Понятия идентичности горожанина и идентичности города имеют свое смысловое содержание, свой набор показателей и индикаторов. Ряд исследователей отождествляют понятия «городская идентичность» и «идентичность города» (Вандышев, Веселкова, Прямикова 2013; Вавилина, Скалабан 2014; Федотова 2017). Такое отождествление происходит и потому, что человек оценивает свое видение города, свое место и отношение к нему, и одновременно городская среда через свои паттерны (выражение М. Кастельса) оказывает влияние на него.

В нашей работе эти понятия не отождествляются, мы поддерживаем в этом вопросе А. Пааси (Пааси 2001: 19). Ряд показателей, измерителей, принятых в отношении региональной идентичности, в нашей работе тождественны идентичности города. С точки зрения исследовательской практики определение границ региона возможно в соответствии с поставленными целями исследования, отсюда определение города как некоего региона вполне оправдано, что отвечает идее М. Вебера об идеальном типе как аналитическом понятии. Данный тезис подкрепляется сложившейся практикой, обусловленной процессами глобализации, необходимостью искусственного определения границ региона для решения прежде всего задач экономического роста и развития, когда регионы объединяются или, наоборот, дробятся на основе экономических и логистических, технологических цепочек.

Считаем обоснованным применить подход к определению региональной идентичности и к городам. Он заключается в том, что в качестве основных

показателей, характеризующих идентичность города, выбраны три конгруэнтных интерпретационных измерения: стратегическое, культурное и функциональное. Город будет иметь собственную идентичность, если он отличается от других с точки зрения его политических стратегических планов, предполагаемых или произведенных культурных ценностей и функциональных морфологических измерений (Houtum, Lagendijk 2003: 751).

Идентичность города может быть измерена наличием в его стратегических планах целей, обеспечивающих достижение особых параметров, подчеркивающих специфичность, уникальность города. Анализ стратегических планов социально-экономического развития российских городов отчетливо показал, что принятие целевых ориентиров, отличных от общепринятых, уже есть заявка на особость. Реализация же таких целей, флагманских проектов материализует специфический, особый образ города. В качестве ярких примеров можно назвать Казань и Вологду. Как правило, речь идет о развитии культурных ценностей города.

Социальная морфология города — аналог термина «социально-территориальная структура города», исторически сложившейся системы расселения различных социально-экономических групп и слоев населения в границах социально-пространственной сферы города. Понятие социальной морфологии связано с социальной инфраструктурой города, его наполненностью объектами социальной инфраструктуры. Анализ последней рассматривается в качестве одной из составных задач исследования социального пространства города.

Терлоу продолжает идею Пааси по институционализации регионов, основанную на взаимодействии между четырьмя основными формами региона, посредством которых устанавливаются региональные идентичности (Terlouw 2012: 709). Эти четыре формы позволяют обозначить показатели, которые характеризуют идентичность города. Территориальная форма — расположение, история формирования и развития. Символическая форма — место города в сознании людей, городские стереотипы. Институциональная форма — государство и гражданское общество, которые постоянно формируют идентичность, например через учебные заведения и средства массовой информации. Функциональная форма — установленная роль города в более крупных системах (Terlouw 2012: 709). Эти формы идентичности основаны на стабильных городских сообществах с коллективными идентичностями, которые передаются следующим поколениям. Как правило, эти формы формируются длительно и характерны для традиционного общества.

Вместе с тем указанные формы сохраняют свое значение и в условиях динамически развивающегося общества. Именно с такими формами

взаимодействует индивид и формирует свое видение идентичности города. Изменение форм идентичности города, даже только их части, позволяет выстраивать новые отношения между городом и индивидом, его городской идентичностью. В подтверждение этого тезиса можно обратиться к отечественному опыту изменения смыслового ряда городов от социалистического к рыночному, от коллективистского к индивидуалистскому и т.д. (Эпоха социалистической реконструкции... 2017).

Современная городская идентичность горожан может быть представлена как традиционная, ситуативная, тонкая, толстая и объяснена как отражение объективных общественных процессов. При этом индивид также является активным субъектом конструирования городской идентичности.

Городская идентичность горожан есть процесс, который осуществляется через субъективную структуризацию восприятия индивидом социального мира, его самоидентификацию, рефлекссию в отношении общества и идентичности города и влияние социума на индивида. Можно предположить, что при устойчивом варианте идентичности города процесс формирования восприятия города поступателен и равномерен. Однако города, горожане неперестанно занимаются изменением себя и своей идентичности, а также подвержены изменениям извне.

В условиях ускоряющейся вариативности моделей и восприятий жизни можно ли говорить о формировании устойчивых типов городской идентичности горожан? Вместе с тем, если фиксируются устойчивые типы городской идентичности горожан, можно ли делать вывод о наличии устойчивого варианта городской идентичности. К устойчивым типам идентичности отнесены те, которые обозначаются в терминах традиционной, толстой городской идентичности. Для целей понимания городской идентичности, ее конструирования значимым становится определение соотношения между устойчивыми и новыми, ситуативными типами городской идентичности.

Конструирование городской идентичности горожанина и идентичности города есть неразрывный социальный процесс взаимообмена смыслов, культурных, городских паттернов, связей и отношений, ресурсов. Конструирование смысла невозможно без четкого определения ценностных ориентаций, которые исповедует индивид. Смысловое содержание идентичности человека связано, по мнению ряда авторов, с его ценностными ориентациями (Гончаров, Королева, Проект 2018: 66). Исследование ценностей горожан позволяет зафиксировать характер городской идентичности.

Ценности общества, индивида напрямую связаны с культурой. Культурный контекст города как знаковая, символическая, материально-веще-

ственная компонента идентичности города воздействует на человека. Горожанин воспринимает этот культурный контекст и конструирует смыслы, идентичность. М. Кастельс под идентичностью понимает «процесс конструирования смысла на основе культурного атрибута или связанного с ним набора культурных атрибутов, которым придается приоритет над другими источниками смысла» (Castells 2010: 6). Знание горожанами культурных атрибутов своего города, деятельностное отношение к ним принимается в качестве показателя городской идентичности.

Символическая природа идентичности лежит в основе семантического, дискурсивного подхода к определению городской идентичности. Исследования в рамках данного научного направления широко представлены в отечественных публикациях (Головнева 2014; Горнова 2018; 2019; Федотова 2017).

Обращение к семантическому подходу для понимания и исследования городской идентичности предполагает постановку ряда вопросов. Человек отождествляет себя с городом посредством выстраивания для себя системы координат из символических средств, а именно городских паттернов, образов, мифов, концептов, кодов, знаков и пр. Можно ли говорить, что наполненность этой системы есть признак степени (комплексности, целостности) городской идентичности горожанина? Второй вопрос: можно ли предположить, что знание этих символических средств, характера их изменений позволяет определить городскую идентичность собственно города и его горожан? Третий вопрос: полученное знание о системе городских смыслов и символов позволит ли конструировать городскую идентичность города и горожан? Ряд авторов, опираясь в своих исследованиях на положения П. Бергера и Н. Лумана, дают утвердительные ответы на эти вопросы (Федотова 2017: 34; Комин 2016: 57–58).

Городская идентичность обозначается фиксацией в сознании человека своего представления о городе, его формах, размерах как материально-вещественном объекте. Свойства, характеристики, нарратив, контекст, история, культурная память и коммеморативные практики города формируют, по мнению Г.В. Горновой, соразмерность, т.е. устойчивую и специфическую связь человека и города, человека как горожанина (Горнова 2018: 43–56). Соразмерность, соотнесение себя с городом, определение себя как горожанина устанавливает отношения связности между человеком и городом. Эта связность свидетельствует о выполнении городской идентичностью своей функции укоренения человека с городом, пространством (Горнова 2018: 46).

Соразмерность предлагается исследовать посредством анализа объективированных форм городской культуры — городских идеалов, мифов

и метафор (Горнова 2018: 43–56), каждый из которых имеет свое место, значение и смысл в городской жизни и восприятии каждого отдельного горожанина. Знание, принятие символов, способность рефлексировать на них горожан, формирует устойчивые образы города и их коллективную идентификацию. Согласимся с тем, что «миф — естественная часть повседневных символических практик, который выступает одним из способов построения “смыслового универсума”, в результате которого пространство из физического, географического становится пространством социальным» (Комин 2016: 57–58). Данный подход в рамках теории идентичности места М. Оже и его последователей (Символическая политика...2017; Смирнягин 2016) значим в части дополнительной характеристики социального пространства города, определения связности горожанина с идентичностью города.

Заключение

Несмотря на дальнейшее усиление разрыва связи человека с пространством, размывания временных и сетевых рамок, локальность и связанная с ней идентичность сохраняют свою социальность и значение в современном мире.

Городская идентичность горожанина операционализируется через его отношения и действия, через их целеориентированный и нормативный характер, самоопределение своей роли и места в городском пространстве. Структура городской идентичности горожанина включает в себя два базовых элемента: традиционный (толстый, онтологический и т.д.) и тот, что формируется здесь и сейчас, есть продукт современных изменений и трансформаций и человека, и общества.

Эти типы идентичности (тонкая — толстая, современная — традиционная, лоскутная и ситуативная и т.д.) выполняют различные функции, следовательно, в практике социального конструирования требуется учет этой особенности. Кроме того, один тип идентичности не может заменить другой. Это важно с точки зрения смягчения дискуссии о роли и месте, соотношении традиционализма и современности для развития общества.

Городская идентичность горожанина, ее типовое деление на традиционную и современную могут быть операционализованы вопросами о целях развития российского общества и личностном отношении к идентичности города, его образу, к субъектам городского сообщества. Отношения к последним измеряются через оценку норм доверия и солидарности.

Цели развития общества условно разделены на те, что присущи традиционалистским взглядам на общество, страну, город, себя лично, и те, что напрямую ассоциируются с постмодерностью и неолиберальной

повесткой. К традиционным целям отнесены обеспечение надежной обороноспособности страны, сохранение порядка и стабильности в стране, национальной и культурной идентичности, возрождение России как мировой державы.

Наличие современных городских идентичностей горожан можно отследить по степени приверженности целям, которые напрямую связаны с дальним горизонтом развития, современными тенденциями и угрозами для общества в целом. К ним отнесены достижение высокого уровня экономического развития, переход на цифровизацию всех сторон жизни общества, внедрение современных информационных технологий во все сферы общества для повышения качества жизни, сохранение экологии страны, региона, попытки сделать наши города и села более красивыми.

Анализ отношения горожан к идентичности города, его образу, позволяет зафиксировать городскую идентичность горожан. Характер отношений и связи с городом позволяет судить о типе городской идентичности горожан. Эта связь может быть крепкой, устойчивой или, наоборот, ситуационной, тонкой, некрепкой. При наличии тесных связей с историей города, места проживания, семьи в городе можно предположить с высокой степенью достоверности, что среди горожан распространены традиционалистские взгляды и традиционный тип идентичности. Отсутствие таких связей, преобладание иммиграционных настроений, стремление к перемене мест и образов характерно для общества постмодерна и вполне может свидетельствовать о присутствии элементов современного типа городской идентичности горожан.

Значимым для определения преобладающего типа городской идентичности горожан является характер их отношений друг к другу и к городу в целом. С одной стороны, обнаружение тесных связей и отношений между горожанами свидетельствует о традиционном типе их городской идентичности. С другой — идентичность горожан характеризует социальное пространство города. Наличие в городском сообществе того или иного типа идентичности позволяет судить об изменении характера состояния социального пространства города. В частности, преобладание современных типов идентичности горожан (тонкой/лоскутной/ситуативной/рефлексивной), которые характеризуются ослаблением отношений между людьми, может свидетельствовать о разрыве связности социального пространства.

Идентичность города оказывает прямое влияние на формирование городской идентичности горожанина. Изменение идентичности города сказывается на городской идентичности горожан, на соотношении между ее типами. Показатели идентичности города — стратегическая, культурная,

функциональная, территориальная, символическая, институциональная форма. Для целей управления значима синхронизация между оценкой горожанами идентичности их города (желательно по всему измерительному набору) и тем образом будущего, что отражается в стратегиях его развития. Кроме того, принятие горожанами идентичности города рассматривается в качестве одного из показателей связности его социального пространства.

Концептуальная схема связи городской идентичности горожан и социального пространства города выстраивается следующим образом: одним из элементов социального пространства города является городская идентичность горожан. В рамках системного подхода структура социального пространства города может быть представлена в виде двух взаимосвязанных подсистем, мягкой и жесткой, которые функционируют в системе координат пространства, времени, отношений и памяти.

К жесткой подсистеме отнесены пространство и время, которые репрезентируются понятиями места, идентификации, морфологии города (как ландшафт и материально-вещественные элементы города), генезиса города. К мягкой подсистеме отнесены отношения, которые выстраиваются в рамках определенных пространственно-временных и исторических условий, скрепляя все пространство города, формируя восприятие города, его образ и морфологию (третий компонент морфологии города как отношения см.: Sadeghi, Li 2019) у горожан, а также символы, мифы, память, нормы и ценности. Элементы подсистем социального пространства города могут быть объектами управления. Социальное пространство города и городская идентичность горожан конструируются, это взаимосвязанный и взаимообусловленный процесс. При конструировании городской идентичности учитываются ее изменчивость и подверженность влиянию внешних факторов, прежде всего социальных институтов. Городская идентичность горожан есть результат субъективной структуризации восприятия объективного социального мира, в том числе идентичности города, параллельно испытывающая формирующее воздействие социальных институтов.

Выражение благодарности

Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00305 «Социальное пространство умного города: методология управления развитием и социального конструирования».

Литература

Амин Э., Трифт Н. (2002) Внятность современного города. *Логос*, 34(3–4) [<http://magazines.russ.ru/logos/2002/3/amin.html>] (дата обращения: 19.06.2019).

- Бауман З. (2005) *Индивидуализированное общество*. М.: Логос.
- Брубейкер Р. (2012) *Этничность без групп*. М.: Издат. дом Высшей школы экономики.
- Бурдые П. (1993) Социальное пространство и символическая власть. *Thesis*, 2: 137–150.
- Вавилина Н.Д., Скалабан И.А. (2014) Социальное картирование как инструмент формирования общественного участия. *Регион: экономика и социология*, 81(1): 145–162.
- Вандышев М.Н., Веселкова Н.В., Прямикова Е.В. (2013) Места памяти и символический капитал территорий в ментальных картах города. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 16(3): 101–111.
- Галмагова Г. М., Кокаревич М. Н. (2018) Типология форм социокультурной идентичности. *Вестник науки Сибири*, 30(3):48–60.
- Гидденс Э. (1993) Девять тезисов о будущем социологии. *THESIS*, 1: 57–82.
- Гидденс Э. (1994) Судьба, риск и безопасность. *THESIS*, 5: 107–134.
- Головнева Е. (2014) Формы дискурсивной репрезентации городской идентичности. *Социология власти*, 2: 56–64.
- Гончаров С.А., Королева Н.Н., Проект Ю.Л. (2018) Ценностные ориентации и городская идентичность жителей современного российского мегаполиса (на примере Санкт-Петербурга). *Вестник Псковского государственного университета. Серия «Психолого-педагогические науки»*, 7: 65–74.
- Горнова Г.В. (2018) Соразмерность города и человека: проблемы формирования городской идентичности. *Праксима*, 17(3): 43–56.
- Горнова Г.В. (2019) Визуально-семиотические аспекты городской идентичности. *Праксима*, 21(3): 62–74.
- Дробижева Л.М. (2018) Консолидирующая идентичность в общероссийском, региональном и этническом измерениях. *Перспективы*, 15(3): 6–21.
- Иванов О.И. (2013) Социальное пространство как объект научного изучения и управляемой трансформации. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 16(2): 49–64.
- Комин М.О. (2016) Территориальный брендинг как инструмент символического и социального конструирования пространства. *Философские науки*, 1: 56–62.
- Кузнецова Е.В. (2012) Идентичность субъекта: типология видов. *Омский научный вестник*, 111(4): 123–126.
- Михайлова Е.А. (2017) Идентичности: социологическое измерение. *Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены*, 4: 1–6.
- Символическая политика* (2017): сб. науч. тр. Под ред. О.Ю. Малиновой. Вып. 5: Политика идентичности. М.: РАН ИНИОН. Центр социал. науч.-информ. исслед.
- Смирнягин Л.В. (2007) О региональной идентичности. *Пространство и время в мировой политике и международных отношениях: материалы*

4 Конвента РАМИ. В 10 т. Под ред. А.Ю. Мельвиля. Т. 2: Идентичность и суверенитет: новые подходы к осмыслению понятий. Под ред. И.М. Бусыгиной: 81–107 [URL: <http://demoscope.ru/weekly/2014/0597/analit05.php>] (дата обращения: 05.04.2020).

Смирнягин Л.В. (2016) Эволюция места в ходе «Производства пространства». *Символическая политика*, 4: 84–105 [URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-mesta-v-hode-proizvodstva-prostranstva>] (дата обращения: 05.04.2020).

Федотова Н.Г. (2017) Формирование городской идентичности: факторный и институциональный аспекты. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 20(3): 32–49.

Филиппов А.Ф. (2008) Социальное пространство. СПб.: Владимир Даль.

Эпоха социалистической реконструкции: идеи, мифы и программы социальных преобразований (20017): сб. науч. тр. Под ред. Л. Н. Мазур. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та.

D'Ambrosio P.J. (2019) From present to presentation: A philosophical critique of Hartmut Rosa's "situational identity". *Time & Society*, 28(3): 1061–1083.

Castells M. (2010) *The Power of Identity*. Second edition with a new preface. Blackwell Publishing.

Clark T., Hordósy R. (2019) Social Identification, Widening Participation and Higher Education: Experiencing Similarity and Difference in an English Red Brick University. *Sociological Research*, 24(3): 353–369.

Houtum H., Legendijk A. (2003) Contextualising Regional Identity and Imagination in the Construction of Polycentric Urban Regions: The Cases of the Ruhr Area and the Basque Country. *Urban Studies*, 38(4): 747–767.

Jenkins R. (2008) *Social Identity*. 3rd ed. Routledge.

Le Dantec C., DiSalvo C. (2018) Infrastructuring and the formation of publics in participatory design. *Social Studies of Science*, 43(2): 241–264.

Lewicka M. (2010) Place attachment: How far have we come in the last 40 years? *Journal of Environmental Psychology*, 31: 207–230.

Paasi A. (2001) Europe as a Social Process and Discourse: Considerations of Place, Boundaries and Identity. *European Urban and Regional Studies*, 8(7): 7–28. doi: 10.1177/096977640100800102.

Paasi A. (2003) Region and place: Regional identity in question. *Progress in Human Geography*, 27(4): 475–485. <https://doi.org/10.1191/0309132503ph439pr>.

Rosa H. (2013) *Social acceleration: a new theory of modernity*. N.Y.: Columbia university press.

Sadeghi G., Li B.F. (2019). Urban Morphology: Comparative Study of Different Schools of Thought. *Current Urban Studies*, 7(4): 562–572. <https://doi.org/10.4236/cus.2019.74029>.

Terlouw K. (2009) Rescaling Regional Identities: Communicating Thick and Thin Regional Identities. *Studies in Ethnicity and Nationalism*, 9(3): 452–464.

Terlouw K. (2012) From thick to thin regional identities? *GeoJournal*, 77: 707–721.

Turner J.H. (2010) Motivational Dynamics in Encounters. In: *Theoretical Principles of Sociology*. N.Y.: Springer Science+Business Media, LLC: 193–204.

Vanolo A. (2016) Is there anybody out there? The place and role of citizens in tomorrow's smart cities. *Futures*, 82: 26–36 [<http://www.journals.elsevier.com/futures>. doi:10.1016/j.futures.2016.05.010] (дата обращения: 10.02.2020).

Zimmerbauer K. (2016) Constructing supranational regions and identities through branding: Thick and thin region-building in the Barents and Ireland–Wales. *European Urban and Regional Studies*, 23(3): 322–337.

INDICATORS OF URBAN IDENTITY AS AN ELEMENT OF THE CITY'S SOCIAL SPACE

Natalya Kostko (kostkonir@yandex.ru)

Tyumen State University, Tyumen, Russia

Citation: Kostko N. (2022) Pokazатели gorodskoy identichnosti kak elementa sotsial'nogo prostranstva goroda [Indicators of urban identity as an element of the city's social space]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology], 25(1): 190–216 (in Russian). <https://doi.org/10.31119/jssa.2022.25.1.7>

Abstract. The city, as a concentrated expression of social changes and urban identity, is the focus of attention of researchers and practitioners. Locality and the identity associated with it retain their sociality and significance in the modern world. Such attention is explained by the possibility of constructing the urban identity and social space of the city as elements of intangible development resources. It is important to determine the indicators of urban identity that characterize the modern social context of the information society, their difference from the traditional ones, the need to combine both to achieve the goals of the development of the city and citizens. The purpose of this article is a theoretical justification of the indicators of urban identity that directly or indirectly determine the social space of the city. An additional value of the research is the conceptualization of the connection between the urban identity of citizens and the social space of the city; enriching the definition of the concept of “urban identity” from the point of view of an integrated approach. This approach allows us to distinguish between urban identity and the identity of the city, to identify indicators that can be applied in conducting sociological research, as well as in the practice of management and social construction of the social space of the city.

Keywords: city, city identity, city identity, thin, thick, situational identity, identity construction.

Acknowledgments

The reported study was funded by RFBR, project no. 20-011-00305 “Social space of a smart city: methodology of development management and social construction”.

References

- Amin E., Trift N. (2002) Vnyatnost' sovremennogo goroda [The intelligibility of the modern city]. *Logos*, 34(3–4) [<http://magazines.russ.ru/logos/2002/3/amin.html>] (accessed: 19.06.2019) (in Russian).
- Bauman Z. (2005) *Individualizirovannoye obshchestvo* [Individualized Society]. Moscow: Logos (in Russian).
- Brubaker R. (2012) *Etnichnost' bez grupp* [Ethnicity without groups]. Moscow: Izdatel'skiy dom Vysshey shkoly ekonomiki (in Russian).
- Bourdieu P. (1993) Sotsial'noye prostranstvo i simvolicheskaya vlast' [Social space and symbolic power]. *Thesis*, 2: 137–150 (in Russian).
- Vavilina N.D., Skalaban I.A. (2014) Sotsial'noye kartirovaniye kak instrument formirovaniya obshchestvennogo uchastiya [Social mapping as a tool for shaping public participation]. *Region: ekonomika i sotsiologiya* [Region: Economics and Sociology], 81(1): 145–162 (in Russian).
- Vandyshev M.N., Veselkova N.V., Pryamikova Y.V. (2013) Mesta pamyati i simvolicheskiy kapital territoriy v mental'nykh kartakh goroda [Places of memory and symbolic capital of territories in the mental maps of the city]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology], 16(3): 101–111 (in Russian).
- Galmagova G.M., Kokarevich M.N. (2018) Tipologiya form sotsiokul'turnoy identichnosti [Typology of forms of sociocultural identity]. *Vestnik nauki Sibiri* [Bulletin of Science of Siberia], 30(3): 48–60 (in Russian).
- Giddens E. (1993) Devyat' tezisev o budushchem sotsiologii [Nine Theses on the Future of Sociology]. *THESIS*, 1: 57–82 (in Russian).
- Giddens E. (1994) Sud'ba, risk i bezopasnost' [Fate, risk and safety]. *THESIS*, 5: 107–134 (in Russian).
- Golovneva Y. (2014) Formy diskursivnoy reprezentatsii gorodskoy identichnosti [Forms of discursive representation of urban identity]. *Sotsiologiya vlasti* [Sociology of Power], 2: 56–64 (in Russian).
- Goncharov S.A., Koroleva N.N., Proyekt Y.L. (2018) Tsennostnyye oriyentatsii i gorodskaya identichnost' zHITELEY sovremennogo rossiyskogo megapolisa (na primere Sankt-Peterburga) [Value orientations and urban identity of residents of a modern Russian metropolis (on the example of St. Petersburg)]. *Vestnik Pskovskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya «Psikhologo-pedagogicheskiye nauki»* [Bulletin of the Pskov State University. Series “Psychological and pedagogical sciences”], 7: 65–74 (in Russian).
- Gornova G.V. (2018) Sorazmernost' goroda i cheloveka: problemy formirovaniya gorodskoy identichnosti [The proportionality of the city and the person: problems of the formation of urban identity]. *Praksima* [Praxima], 17(3): 43–56 (in Russian).
- Gornova G.V. (2019) Vizual'no-semioticheskiye aspekty gorodskoy identichnosti [Visual and semiotic aspects of urban identity]. *Praksima* [Praxima], 21(3): 62–74 (in Russian).

Drobizheva L.M. (2018) Konsolidiruyushchaya identichnost' v obshcherossiyskom, regional'nom i etnicheskom izmereniyakh [Consolidating identity in the all-Russian, regional and ethnic dimensions]. *Perspektivy. Elektronnyy zhurnal* [Perspectives. Electronic Journal], 15(3): 6–21 (in Russian).

Ivanov O.I. (2013) Sotsial'noye prostranstvo kak ob"yekt nauchnogo izucheniya i upravlyayemoy transformatsii [Social space as an object of scientific study and controlled transformation]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology], 16(2): 49–64 (in Russian).

Komin M.O. (2016) Territorial'nyy brending kak instrument simvolicheskogo i sotsial'nogo konstruirovaniya prostranstva [Territorial branding as a tool for symbolic and social construction of space]. *Filosofskie nauki* [Philosophical Sciences], 1: 56–62 (in Russian).

Kuznetsova Y.V. (2012) Identichnost' sub"yekt: tipologiya vidov [Subject Identity: A Typology of Species]. *Omskiy nauchnyy vestnik* [Omsk Scientific Bulletin], 111(4): 123–126 (in Russian).

Mikhaylova Y.A. (2017) Identichnosti: sotsiologicheskoye izmereniye [Identities: A Sociological Dimension]. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: Ekonomicheskiye i sotsial'nyye peremeny* [Public Opinion Monitoring: Economic and Social Change], 4: 1–6 (in Russian).

Simvolicheskaya politika [Symbolic politics] (2017). Ed. by O.Y. Malinova. Vyp. 5: Politika identichnosti. Moscow: RAN INION; Tsentr sotsial. nauch.-inform. issled. (in Russian).

Smirnyagin L.V. (2007) O regional'noy identichnosti. Prostranstvo i vremya v mirovoy politike i mezhdunarodnykh otnosheniyakh [About regional identity. Space and Time in World Politics and International Relations]. In: *Materialy 4 Konventa RAMI. V. 2. Identichnost' i suverenitet: novyye podkhody k osmysleniyu ponyatiy* [Identity and sovereignty: new approaches to understanding concepts]. Ed. by I.M. Busygina. Moscow: MGIMO-University: 81–107 [http://demoscope.ru/weekly/2014/0597/analit05.php] (accessed: 05.04.2020) (in Russian).

Smirnyagin L.V. (2016) Evolyutsiya mesta v khode «Proizvodstva prostranstva». [Evolution of place in the course of “Production of space”]. *Simvolicheskaya politika* [Symbolic politics], 4: 84–105 [https://cyberleninka.ru/article/n/evolyutsiya-mesta-v-hode-proizvodstva-prostranstva] (accessed: 05.04.2020) (in Russian).

Fedotova N.G. (2017) Formirovaniye gorodskoy identichnosti: faktornyy i institutsional'nyy aspekty [Formation of urban identity: factorial and institutional aspects]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology], 20(3): 32–49 (in Russian).

Filippov A.F. (2008) *Sotsial'noye prostranstvo* [Social space]. St. Petersburg: Vladimir Dal' (in Russian).

Epokha sotsialisticheskoy rekonstruktsii: idei, mify i programmy sotsial'nykh preobrazovaniy [The era of socialist reconstruction: ideas, myths and programs of social transformations] (2017). Ed. by L.N. Mazur. Yekaterinburg: Izd-vo Ural. un-ta (in Russian).

D'Ambrosio P. J. (2019) From present to presentation: A philosophical critique of Hartmut Rosa's “situational identity”. *Time & Society*, 28(3): 1061–1083.

Castells M. (2010) *The Power of Identity*. Second edition with a new preface. Blackwell Publishing.

Clark T, Hordósy R. (2019) Social Identification, Widening Participation and Higher Education: Experiencing Similarity and Difference in an English Red Brick University. *Sociological Research*, 24(3): 353–369.

Houtum H., Legendijk A. (2003) Contextualising Regional Identity and Imagination in the Construction of Polycentric Urban Regions: The Cases of the Ruhr Area and the Basque Country. *Urban Studies*, 38(4): 747–767.

Jenkins R. (2008) *Social Indentity*. 3rd ed. Routledge.

Le Dantec C, DiSalvo C. (2018) Infrastructuring and the formation of publics in participatory design. *Social Studies of Science*, 43(2): 241–264.

Lewicka M. (2010) Place attachment: How far have we come in the last 40 years? *Journal of Environmental Psychology*, 31: 207–230.

Paasi A. (2001) Europe as a Social Process and Discourse: Considerations of Place, Boundaries and Identity. *European Urban and Regional Studies*, 8(7): 7–28. doi: 10.1177/096977640100800102.

Paasi A. (2003) Region and place: Regional identity in question. *Progress in Human Geography*, 27(4): 475–485. <https://doi.org/10.1191/0309132503ph439pr>.

Rosa H. (2013) *Social acceleration: a new theory of modernity*. New York: Columbia university press.

Sadeghi G., Li B.F. (2019). Urban Morphology: Comparative Study of Different Schools of Thought. *Current Urban Studies*, 7(4): 562–572. <https://doi.org/10.4236/cus.2019.74029>.

Terlouw K. (2009) Rescaling Regional Identities: Communicating Thick and Thin Regional Identities. *Studies in Ethnicity and Nationalism*, 9(3): 452–464.

Terlouw K. (2012) From thick to thin regional identities? *GeoJournal*, 77: 707–721.

Turner J.H. (2010) *Motivational Dynamics in Encounters*. In: Theoretical Principles of Sociology. New York: Springer Science+Business Media, LLC: 193–204.

Vanolo A. (2016) “Is there anybody out there? The place and role of citizens in tomorrow’s smart cities”. *Futures*, 82: 26–36 [<http://www.journals.elsevier.com/futures>. doi:10.1016/j.futures.2016.05.010] (accesses: 10.02.2020).

Zimmerbauer K. (2016) Constructing supranational regions and identities through branding: Thick and thin region-building in the Barents and Ireland–Wales. *European Urban and Regional Studies*, 23(3): 322–337.