

Самоидентификация горожан и образ города (кейс – г. Запорожье)

Станислав Катаев –

*доктор социологических наук,
профессор, заведующий кафедрой
социологии и социальной работы,
Классический приватный
университет, Запорожье, Украина.
E-mail: kataev@i.ua*

В статье на теоретическом и эмпирическом материале обсуждаются проблемы городской идентификации. Утверждается, что идентификация возможна при позитивном восприятии города, он должен быть особенным, иметь отличительные черты, объекты для гордости. Специфика города может проявляться в особенностях географической среды, истории, исторических личностей, промышленности, особенностях застройки и др. Для г. Запорожья знаковым является наличие острова Хортицы. Жители города гордятся гигантами индустрии, своей историей, памятными местами и природой.

*Received: April, 2016
1st Revision: May, 2016
Assepted: June, 2016*

Ключевые слова: город, социология города, городская идентификация, Запорожье, объекты гордости горожан, социологические исследования.

Kataev Stanislav. Identity Citizens and Image of the City (Case – Zaporozhye). The aim of the article is a discussion on the theoretical and empirical levels of problems associated with the symbolic value for the city's residents, which serves as the city identification support.

The collective sense of the city involves a measure of the relationship to him as a house as a metaphor and as the nearest environment friendly real home. The image of the house bears the load of the sensual and functional. Sensual is responsible for the perception of the city as a family, friends. The functional component involves the relationship to the city as a useful, necessary for the realization of life plans, as a social space, populated by people with their numerous connections, objects, relations, resources to fulfill its mission town.

To investigate the relationship to the city of its residents had taken a poll of citizens. According to a representative sample of the adult population surveyed about 700 people. The questionnaire contained the question «What can be proud of our city?» According to respondents, in the first place is industry. In second place in the list of objects of pride is history. In third place marked «memorials».

City must have distinctive features; objects have to be proud, to be something that can serve as a basis for identifying with the city. Identification is possible with a positive perception of the city.

Key words: city, sociology of the city, city identification, Zaporozhye, objects citizens pride, sociological studies.

Катаев Станіслав. Самоідентифікація жителів міста та його образ (кейс – м. Запоріжжя). У статті на теоретичному й емпіричному матеріалі проаналізовано проблеми міської ідентифікації. Стверджується, що ідентифікація можлива при позитивному сприйнятті міста, воно повинне бути особливим, мати відмінні риси, об'єкти для гордості. Специфіка міста може проявлятися в особливостях географічного середовища, історії, історичних особистостей, промисловості, забудови та ін. Для м. Запоріжжя знаковою є наявність острова Хортиці. Жителі міста пишуться гігантами індустрії, своєю історією, пам'ятними місцями й природою.

Ключові слова: місто, соціологія міста, міська ідентифікація, Запоріжжя, об'єкти гордості мешканців міста, соціологічне дослідження.

Постановка научной проблемы и ее значение. Город – фон социального действия. Карта жизненного пространства личности определяется городом. Чувство родины локализуется конкретной местностью. В зависимости от масштаба личности и сферы потребностей человека эта местность может быть городом. Необходимы определенные условия, чтобы город стал объектом самоидентификации горожан. Город должен быть особенным, иметь отличительные черты, объекты для гордости, т. е. в городе должно быть то, что может служить основанием для идентификации с городом. Даже название имеет некоторое значение.

Задача статьи – обсуждение на теоретическом и эмпирическом уровнях проблематики, связанной со символическим значением города для горожан, которое служит опорой городской идентификации.

Анализ исследований по данной теме. Проблемы города обсуждаются довольно часто в Украине в социологическом дискурсе. Издан учебник «Соціологія міста» [1]. Фактически это сборник научных статей, где отражаются авторская позиция и результаты исследования авторов этой книги. На сегодняшний день это лучшая книга по социологии города, изданная на украинском языке и

подготовленная большим коллективом социологов из многих социологических центров страны. Монографии по социологии города опубликовали Л. Барзенкова-Мясникова [2], А. Мусиездов [3]. Исторические аспекты урбанизации изучает Я. Пасько, проблематику социального пространства города обсуждают В. Белоусов, А. Стрельникова, О. Михеева, С. Легеза, социокультурные аспекты города исследуют Л. Малес, Ю. Сорока, В. Середя. Главы по социологии города есть во многих учебных пособиях. Историографию социологии города изучает В. Городяненко.

Изложение основного материала и обоснование полученных результатов исследования.

Относительно молодой город, подобный г. Запорожью, испытывает потребность заявить о своей самобытности, особенности. Старые города с прочной традицией не нуждаются в таком самоутверждении, поэтому они спокойнее, меньше экспериментируют с новыми формами самопрезентации, меньше проявляют свою экспрессию. Для того, чтобы гордиться своим городом за какие-либо достижения, за то, чем отличен этот город от других, необходимо артикулировать характерные черты или иметь каких-то знаковых личностей, происходящих из данного города, и известных далеко за пределами данного региона. Но именно в такой артикуляции и в таких знаковых личностях ощущают дефицит горожане относительно молодых промышленных центров, например Запорожья. В относительно молодых городах не достаточно артефактов, которые бы маркировали особенность и непохожесть данной местности, не хватает опор для идентификации. Может возникнуть ситуация, когда жители будут стесняться своего города, не ощущать гордости за принадлежность к нему. Конечно, такое стеснение зависит и от личностных притязаний. Житель, с активной субъективной вертикальной территориальной мобильностью, иначе говоря, страстно желает переехать в другой, более крупный город или столицу, будет больше испытывать стеснение, чем человек без высоких притязаний. Но можно выявить некую тенденцию, когда статистически значимая часть горожан не испытывает гордости за свой город. Объекты городской идентификации можно именовать «визитной карточкой города». Она может быть позитивной или негативной.

Специфика города проявляется в особенностях географической среды, истории, промышленности, особенностях застройки и др.

Например, для Запорожья знаковым является наличие острова Хортицы. Это не только важное место для истории Украины. Приезжие экстрасенсы утверждают, что здесь находится один из энергетических центров Украины.

Исследователи утверждают, что «облик региональной культуры определяется также своеобразием социальных отношений и связей, социальной структуры, системы и форм коммуникации» [4, с. 64]. На наш взгляд, эти компоненты жизнедеятельности города очень сложно выделить в качестве специфичных для среднего, относительно молодого города.

Понятие провинции тесно связано с удаленностью от столицы, ментальностью, уровнем культуры, обычаях. Даже то, что является предметом гордости горожан, может служить показателем уровня притязаний, провинциальности и культуры.

Городская идентификация означает субъективное ощущение жителем города своей причастности к нему.

Идентификация возможна при позитивном восприятии города. Если человек не любит город, в котором живет, он не будет себя идентифицировать с ним. Поэтому для изучения предпосылок идентификации следует выяснить, как горожане воспринимают свой город, какой образ города в глазах его жителей.

Целостное, образно-чувственное восприятие города содержит в себе личностную компоненту, но может иметь и идеально-типичную составляющую. Иными словами, можно выявить спектр восприятия города горожанами через вероятностные усредненные характеристики восприятия множеством людей. Эти усредненные, обобщенные признаки носят устойчивый характер и содержат в себе психологические, экономические, политические и культурные компоненты.

Коллективное ощущение города предполагает меру отношения к нему как к дому в качестве метафоры и как ближайшей дружественной среды реального дома. Образ дома несет на себе чувственную нагрузку и функциональную. Чувственная отвечает за восприятие города как родного, близкого. Функциональная компонента предполагает отношение к городу как к полезному, нужному для реализации жизненных планов, как социальное пространство, заселенное людьми с их многочисленными связями, объектами отношений, ресурсами, позволяющими городу выполнить свое предназначение.

Кроме внутренних символов, значимых для самих горожан, существуют и внешние символические знаки – объекты, отличающие данный город от остальных.

Одним из компонентов образа города является образ отдельных его составных частей, имеющий большое значение для большого количества горожан. Особенно важно восприятие центра города, что

является центром в представлении граждан. В городском центре сосредоточены многие объекты культурной, экономической сферы, магазины и объекты сферы обслуживания и инфраструктуры. Центр предлагает различным категориям граждан на выбор услуги, удовлетворяющие дифференцированный характер потребностей граждан. Социокультурная дифференциация населения отражается в активности посещения различных объектов центра города представителями различных социальных групп.

Социогеографический аспект городской идентификации предполагает насыщение центра объектами, удовлетворяющими потребительские запросы как можно более широкого круга категорий горожан. В этом проявляется демократичность современного города.

Пространственное поведение человека зависит от степени освоения им городского пространства. Активность освоения пространства центра обусловлена частотой посещения разнообразных объектов центра. Это освоение по-разному присуще различным категориям граждан, поскольку индивидуальные и групповые ареалы жизнедеятельности в определенной степени социально обусловлены. Это объясняется пешеходной и транспортной доступностью центра и других районов города, местом работы и жительства людей.

Стороной функции города по удовлетворению потребностей людей в общении является создание условий для уединения. Дома позволяют уединяться, а поддержание контактов обеспечивают городские коммуникации [5, с. 242]. В современном крупном городе удовлетворяется только потребность в уединении, а потребность в общении – нет. Более того, она снижается, люди избегают общаться. Город спланирован так, что способствует отчуждению. Даже на улице среди людей городской человек отчужден. Равнодушие становится типичным качеством горожанина. Но для небольших городов это не свойственно, там люди продолжают оставаться отзывчивыми.

Житель большого города эмоционально сдержан, что является защитным механизмом от обилия и тесноты общения, защитой от непредсказуемости в действиях других людей. В городе человек ощущает опасность проявления агрессии со стороны незнакомых людей, поэтому стремится не спровоцировать такую агрессию.

У жителя большого города формируются невротические стереотипы поддержания дистанции с окружающими [5, с. 242]. С детства родители учат детей быть осторожными с чужими людьми. Происходит психическое внушение страха к незнакомому человеку. Человек стремится маскировать, скрывать свои эмоции.

В городе у человека вырабатывается умение не вмешиваться в чужие дела, демонстрировать отсутствие внимания к другим людям в толпе. Вырабатывается соответствующее правило этикета: не смотреть в глаза другому человеку, избегать контакта с глазу на глаз. Человек может делать вид, что не видит и не слышит, что происходит вокруг на улице, в транспорте, лифте и т. д., подчеркивает всем своим видом, что его не интересуют чужие дела и сами люди, находящиеся вокруг [6, с. 73]. Но одновременно человек в толпе внутренне убежден, что в случае опасности люди вокруг будут реагировать адекватно. Толпа придает чувство безопасности. Она воспринимается как целое.

Город населен чужими людьми. На самом деле происходит парцелизация пространства, т. е. оно разбивается на небольшие сегменты, которые могут быть освоены человеком социально и психологически.

В городах существуют культурные дистанции между людьми. Социально психологические дистанции определяются как степень желательного общения с другими субъектами. Дистанции формируют границы пространства общения и влияния. Пересекающиеся пространства создают возможность вступить на территорию социального общения горожан.

Присущая городу отчужденность имеет положительные и отрицательные следствия.

Отрицательным является провоцирование, создание условий для одиночества. Парадокс города, городской толпы – это чувство одиночества в городской толпе.

Одиночество проявляется как следствие нарушения в сети социальных связей, сопровождающееся потребностью быть включенным в группу [7]. Одиночество в данном случае имеет культурный или социальный характер. Это одиночество не такое, когда нет вокруг людей, например в тайге, а одиночество, когда вокруг очень много людей, но с замкнутым пространством общения. Одиночество в толпе сопровождается желанием не затеряться среди других людей, проявить себя как личность, не остаться незамеченным. Ощущение одиночества в этом случае сопровождается ростом потребности в самореализации, личной значимости [5, с. 252].

Положительным является то, что поддержание дистанции позволяет сохранять автономию человека, оставляет ему больше свободы. Люди меньше вмешиваются в его жизнь, позволяя самому выбирать стиль жизни и образ мышления. Город создает условия для развития индивидуализма и

демократии. Здесь следует отметить два взаимосвязанных процесса, идущие друг другу навстречу. С одной стороны, у человека возрастает потребность быть личностью, независимым, с другой – городской образ жизни создает условия для этого и способствует такому мировоззрению.

Однако крайне важен и другой процесс – становление гражданского общества в масштабах города. Ответственный горожанин берет на себя заботу о отстаивании своих прав, не надеется полностью на власть, что позаботится о нем.

Для города характерны социальные проблемы: перенаселения, бедности, трущобы, банды, преступность.

В психологическом плане горожане чаще испытывают стрессы, тревоги, искушения.

Но существуют и положительные стороны города: здесь можно получить хорошее образование, выше доступ к культурным ценностям, больше возможностей для разнообразного досуга.

Осознание собственной идентичности как жителя именно этого города при сопоставлении с другими городами или регионами может иметь два варианта следствия. Если речь идет о жителе провинциального города, то он либо будет стесняться своего происхождения (не отказываясь от него), перенеся статус города на свой собственный статус, либо сочтет необходимым самоутверждаться на базе именно своего типа региональной или городской культуры, активно противопоставляя ее другим, пусть даже столичным типам или формам культуры.

Реакция самоутверждения свойственна провинциальным жителям. Для большого или столичного города характерен более широкий взгляд на различие в культуре, свойственна терпимость. Для культурного горожанина неприемлемо унижение или пренебрежительное отношение к культурам провинциального типа. Они рассматриваются как достойные альтернативы. Так что отношение представителей большого города к малому и наоборот носит не симметричный характер. Провинциальная культура более реактивно реагирует на столичную, чем столичная на провинциальную.

Теоретически можно предложить воссоздание определенного образа мира, который подразумевает анализ форм самосознания, способов мироотношения и мировосприятия [4, с. 64]. Такой образ способствует адекватному описанию артефактов, как репрезентантов данного типа культуры. Но на эмпирическом уровне такой анализ крайне сложен. Здесь необходим уточненный анализ, подобно тому, какой был осуществлен в работах О. Шпенглера. Он использовал для анализа специфики культуры тип арки, художественную палитру, жанр живописи и т. д.

Культура города может интегрировать в себе различные этнические по своей природе подтипы городской культуры. Тогда различные городские сообщества, различные по этническому признаку могут иметь общие, свойственные данному городу черты культуры и идентичности. Конкретные черты, образ жизни могут причудливо сочетать как этнические, так и общезначимые для города черты.

Для исследования отношения к городу его жителей предпринят анкетный опрос горожан. Исследование проведено под руководством автора в 2011 г. По репрезентативной для взрослого населения выборке опрошено около 700 человек. Анкета содержала вопрос: «Чем может гордиться наш город?» По мнению респондентов, на первом месте стоит промышленность. Гиганты индустрии, которыми может гордиться город, – это «Запорожсталь», АвтоЗАЗ, МоторСич, «Запорожтрансформатор» и др. Они действительно, по объективным основаниям, могут быть признаны предметом гордости.

На втором месте в перечне предметов гордости – история. Запорожье славится своей историей запорожского казачества. Хорошо известна роль Запорожья, о. Хортица в истории запорожского казачества.

На третьем месте по значимости предметов гордости – «памятные места». Этот фактор также связан с историей. Но то, что он уступает собственно самой истории, свидетельствует о том, что памятных мест на самом деле не так много. Отдельные редкие памятники, памятные знаки на острове – не особенно много материальных носителей, знаков истории.

Чуть больше трети опрошенных отметили природу в качестве предмета гордости. Здесь все та же Хортица, Днепр, природа Южной Украины. Знаменательно, что, несмотря на экологически напряженную обстановку в городе природа остается значимым фактором гордости. Экология не оказала значительного влияния и на целостное восприятие города как предмета гордости. Последним значимым предметом гордости является «красота самого города». Это, так сказать, целостный образ составленных из многочисленных деталей и компонентов, не расчлененный на отдельные факторы. Это тем более важно, что собственно архитектура города не является предметом гордости. Красота города – это совокупное качество, которым наделяют жители свой город. Если, по признанию самих жителей, ни культурой, ни архитектурой город не может похвастаться, то его красота – это скорее

приписуване, а не вполне объективное качество. Так, любимый человек кажется красивым независимо от его объективных качеств физического облика. Подтверждением этой мысли может служить сопоставление оценки «красоты города» тех, кто городом гордится и не гордится. Понятно, что последние ниже оценивают все показатели. Но самая большая разница, в восемь раз, именно по показателю «Красота города»: соответственно – 40 и 5 %.

То, что люди разного возраста и социального положения единодушны в оценке приоритетов предметов гордости, говорит о некоем едином мнении жителей города, едином образе города в представлении, в глазах горожан.

С возрастом все показатели уменьшаются. Молодежь более щедра в оценках своего города. Люди с возрастом более осторожны в выражении своих чувств и оценок. Так, «историю» как предмет гордости отметили 67 % молодежи и 42 % пожилых людей, «природу» – соответственно, 45 и 25 %; «красоту города» – 29 и 21 %.

На вопрос «Что можно считать визитной карточкой нашего города?», который содержал пункты-напоминания, получены следующие ответы. На первом месте отмечен Днепрогэс (83 %), на втором – остров Хортица (79 %), на третьем – «Запорожсталь» (44 %). Далее «Запорожские казаки» (28 %), пиво «Славутич» (22 %), завод «Мотор-Сич» (крупное предприятие по производству авиадвигателей), запорожские автомобили (6 %).

Это вопрос о содержательном наполнении символического капитала города. Для города необходима символика. Это не только герб и гимн, но и значимые образцы: символы, знаки, позволяющие отождествить город с данными знаками-символами. Эти символы должны быть общезначимыми, их символическое значение должны разделять и другие.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Городская идентификация означает субъективное ощущение жителем города своей причастности к городу. Необходимы определенные условия, чтобы город стал объектом самоидентификации горожан. Город должен быть особенным, иметь отличительные черты, иметь объекты для гордости, т. е. в городе должно быть то, что может служить основанием для идентификации с городом. Идентификация возможна при позитивном восприятии города. Специфика города может проявляться в особенностях географической среды, истории, промышленности, особенностях застройки и др. Для г. Запорожья знаковым является наличие острова Хортицы. Жители города гордятся гигантами индустрии, своей историей, памятными местами и природой.

Источники и литература

1. Соціологія міста : навч. посіб. / [Л. В. Малес, В. В. Середя, М. О. Соболевська, Ю. Г. Сорока та ін.] ; за заг. ред. О. К. Міхеєвої. – Донецьк : ДонДУУ. – 2010. – 463 с.
2. Катаев С. Л. Социокультурный капитал города : монография / С. Л. Катаев, Л. В. Барзенкова-Мясникова. – Запорожье : КПУ, 2012. – 152 с.
3. Мусиездов А. А. Социологическая концепция городской идентичности : монография / А. А. Мусиездов. – Харьков : ХНУ им. В. Н. Каразина, 2013. – 372 с.
4. Мурзина И. Я. Методологические аспекты изучения региональной культуры / И. Я. Мурзина // Социологические исследования. – 1994. – № 2. – С. 60–70.
5. Кравченко А. И. Социология : учебник / А. И. Кравченко. – М. : ООО «ТК Велби», 2003. – 563 с.
6. Бауман З. Мыслить социологически : учеб. пособие / З. Бауман ; пер. с англ. под ред. А. Ф. Филиппова ; Ин-т «Открытое о-во». – М. : Аспект-Пресс, 1996. – 255 с.
7. Лабиринты одиночества : пер. с англ. / сост., общ ред. и предисловие Н. Е. Покровского. – М. : Прогресс, 1989. – 285 с.

References

1. Males, L. V., Sereda, V. V., Sobolevska, M. O. et al (2010), *Sociology of city*, by ed. Miheeva, O. K., Donetsk : DonSUM, 463 p.
2. Kataev, S. L., Barzenkova-Myasnikova, L. V. (2012), “*Socio-cultural capital of the city*”, Zaporizhzhia : KPU, 152 p.
3. Musiezdov, A. A. (2013), “*The sociological concept of urban identity*”, Kharkiv : Kharkiv V. N. Karazin National University, 372 p.
4. Murzina, I. (1994), “*Methodological aspects of the study of regional culture*”, *Sociological studies*, No. 2, Pp. 60–70.
5. Kravchenko, A. I. (2003), *Sociology*, Moscow : ООО «ТК Velbi», 563 p.
6. Bauman, Z. (1996), *Thinking sociologically*, Transl., Moscow : Aspect Press, 255 p.
7. “*Labyrinths of loneliness*” (1989), Transl., Ed. by N. E. Pokrovskiy, Moscow : Progress, 285 p.