

Научная статья
УДК 316.334.56-053.81
<https://doi.org/10.24158/spp.2021.11.1>

Молодежь в поисках городской идентичности: уровни и индикаторы

Наталья Леонидовна Антонова

Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина,
Екатеринбург, Россия, n-tata@mail.ru, <http://orcid.org/0000-0002-2063-4970>

Аннотация. В статье рассмотрен феномен городской идентичности на основе материалов пилотного исследования, объектом которого выступила студенческая молодежь города Екатеринбурга (n = 20). Опираясь на результаты полуструктурированных интервью, можно резюмировать, что городская идентичность понимается молодым поколением сквозь призму идентификации с территорией проживания и людьми. Более того, ей сообщается эмоциональная насыщенность за счет приписывания городу характеристик, свойственных индивиду. Выделены архитектурные и персонализированные маркеры-индикаторы, которые являются смысловыми точками и формируют у молодого поколения чувство гордости. Наблюдается становление событийного маркера как источника становления городской идентичности. Отмечено, что в качестве опорных конструктов для определения направлений административной политики в области утверждения городской идентичности могут быть использованы ее уровни: ценностно-смысловой и практико-ориентированный.

Ключевые слова: молодежь, городская идентичность, ценности, смыслы, практики

Для цитирования: Антонова Н.Л. Молодежь в поисках городской идентичности: уровни и индикаторы // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. № 11. С. 16–19. <https://doi.org/10.24158/spp.2021.11.1>.

Финансирование: исследование выполнено при поддержке РФФИ и Свердловской области в рамках научного проекта № 20-411-660012 p_a.

Original article

Youth in search of urban identity: levels and indicators

Natalya L. Antonova

Ural Federal University named after the first President of Russia B.N. Yeltsin, Ekaterinburg, Russia,
n-tata@mail.ru, <http://orcid.org/0000-0002-2063-4970>

Abstract. The paper examines the phenomenon of urban identity on the basis of a pilot study that targeted Yekaterinburg's student youth (n = 20). Based on the results of the semi-formalized interviews, it can be summarized that urban identity is understood by the youth generation through the prism of identification with the area of residence and population. Moreover, it is given an emotional intensity by attributing to the city characteristics peculiar to the individual. Architectural and personalized markers-indicators that are meaningful points of awareness of the youth generation of the urban identity are highlighted. It is observed the event marker emerging as a source of urban identity formation. The levels of urban identity are defined: value-semantic and practice-oriented, which can be included as reference constructs for determining the directions of urban policy in the sphere of urban identity assertion.

Key words: youth, urban identity, values, meanings, practices

For citation: Antonova, N.L. (2021) Youth in search of urban identity: levels and indicators. *Society: Sociology, Psychology, Pedagogics*. (11), 16–19. Available from: [doi:10.24158/spp.2021.11.1](https://doi.org/10.24158/spp.2021.11.1) (In Russian).

Funding: the research was carried out under the RFBR and Sverdlovsk Oblast support as part of scientific project No. 20-411-660012 p_a.

Город как социально-территориальное образование последние десятилетия все чаще становится предметом социологического анализа. Поле соответствующих научных изысканий расширяется и углубляется, определяя современные тренды поисковых запросов как практиков, так и исследователей.

В фокусе нашего внимания находится феномен городской идентичности. Этот вопрос выступает одним из центральных в построении современных аналитических конструкций (Дягилева, 2013; Озерина, 2016; Федотова, 2017). Специфика нашего исследования заключается в попытке раскрыть сущность и содержание городской идентичности сквозь призму мнений, суждений, оценок молодого поколения крупного промышленного города. Такое конструирование дает возможность определить «низовые» характеристики исследуемого феномена и на основе обобщения выделить

особенности отражения городской идентичности в сознании молодых горожан. Для выделения структурных элементов изучаемого феномена с учетом эмпирических данных мы использовали некоторые методологические принципы обоснованной теории (Страусс, Корбин, 2001).

Наше пилотное исследование было проведено весной 2021 года в Екатеринбурге, объектом изучения стала студенческая молодежь. Всего методом глубинного интервью было опрошено 20 магистрантов Уральского федерального университета. Среди информантов – 15 девушек и 5 юношей; 9 студентов – образовательные мигранты: двое из них проживают в городе один год, длительность проживания в Екатеринбурге остальных семи респондентов составляет 5 лет.

Основной целью исследования стал анализ уровней и индикаторов осознания городской идентичности молодежью. Для реализации цели мы сформулировали два исследовательских вопроса, на которые попросили ответить информантов: «Каким образом Вы понимаете городскую идентичность?»; «Какие места/люди/объекты в городе являются для вас наиболее значимыми?». Средняя продолжительность интервью составила 25 минут. Тексты интервью были транскрибированы и обобщены в соответствии с исследовательскими установками.

Материалы исследования свидетельствуют о том, что городская идентичность рассматривается молодыми горожанами сквозь призму самоотождествления, т.е. через осознание себя как жителя конкретного города: *«городская идентичность для меня – это сопричастность к городу, включенность в проблемы его развития, неравнодушие и забота о нем»* (жен., 22 года). Студенты отмечают (в духе Г. Тэджфела (1982)), что человеку свойственно соотносить себя с определенной социальной группой, быть членом этой группы, создавать позитивный и одобряемый группой образ: *«...каждый может разделять окружение на “своих” и “чужих” ... жители соотносят себя с определенной группой, характерной для этой конкретной местности»* (жен., 24 года).

Городская идентичность для каждого второго информанта связана с эмоциональным присвоением города: *«...идентичность – это самоидентификация, это эмоциональное значение города для человека»* (муж., 22 года); *«...эмоциональная привязка к городу, смысловая ценность для горожанина»* (жен., 23 года).

Согласно исследованию, проведенному в 2019 году, молодежь Екатеринбурга (n = 750) персонифицирует город, используя языковые конструкторы «мой», «наш», «родной», «любимый», «близкий». Молодые люди эмоционально «привязываются» к городу, который становится для них другом (Антонова и др., 2020: 457). В нашем исследовании эта тенденция подтвердилась: информанты в интервью также охарактеризовали город «человеческими» эпитетами: «свой», «дорогой», «замечательный», «восхитительный».

Для трети опрошенных молодых людей городская идентичность предстает как социальный конструкт, который может создаваться искусственно административными структурами и предполагает единение с общностью горожан в целом: *«... городскую идентичность формируют власти города: праздники, гулянья, концерты и прочее; толпы горожан и ты с ними...»* (муж., 23 года); *«...проводятся мероприятия (от концертов до ярмарок), где люди собираются, знакомятся, отдыхают»* (жен., 22 года).

В ходе интервью информантам было предложено провести маркирование пространства города. В результате стало возможно выделить две группы индикаторов городской идентичности – архитектурные и персонифицированные. К первой группе были отнесены, прежде всего, здания и сооружения, а также общественные пространства – площади и улицы. Лидирующие позиции по частоте выбора информантами в этой группе занимают здания, представляющие историческую ценность (все информанты отметили здания эпохи конструктивизма), а также современные сооружения, среди которых «Ельцин-центр», бизнес-центр «Высоцкий», торговый центр «Гринвич». Особое внимание участники интервью обратили на публичные места, которые выступают символами города: пешеходная улица Вайнера, набережная реки Исеть («Плотинка»), площадь 1905 года. Как отметил один из информантов: *«Это символические маркеры, без которых наш город потерял бы свою уникальность. Улица Ленина, например, есть, наверное, практически во всех городах, а у нас есть “Плотинка” и Ельцин-центр. В этом – неповторимость нашего города»* (муж., 23 года).

Согласно А. Флэри улица все больше становится знаком некой группы, социального класса, стиля жизни (Флэри, 2009: 35). Один из информантов указал на данный аспект: *«Мне интересно гулять по центральным улицам вечером: вижу, что в одном месте собираются байкеры, в другом – скейтеры; я вижу уникальность улиц и скверов. Вижу разный город, и он мой»* (муж., 22 года).

Функционально данные маркеры-индикаторы становятся смысловыми точками, определяющими перемещения молодого поколения в городском пространстве: *«...это все значимые для меня места, мы встречаемся с друзьями на “Плотинке”, я в университет иду мимо “Высоцкого”, по Вайнера иду, если мне надо в “Гринвич”»* (жен., 21 год). Кроме того, они служат ориен-

тирами и для людей, которые приехали в город впервые: «...любой сможет легко сориентироваться при упоминании “Плотинки”, центрального стадиона, оперного театра или театра драмы» (жен., 22 года).

Вторая группа индикаторов – персонифицированные – касается личностей или людей, с которыми респонденты ассоциативно связывают Екатеринбург. Опрошенные информанты единодушны в оценке города как места, где жил и работал Б.Н. Ельцин: «... Я учусь в университете, который носит имя Ельцина, живу в городе, в котором есть “Ельцин-центр”, конечно, для меня Екатеринбург связан с первым президентом» (муж., 24 года). Среди исторических персон каждый второй информант отметил В. Татищева и В. де Генина, указав, что памятник им расположен на площади Труда: «Татищев и де Генин – отцы-основатели, рядом площадь, мы иногда с друзьями встречаемся» (муж., 22 года).

Отмеченные участниками интервью индикаторы можно рассматривать как символы, с которыми ассоциируется город у молодого поколения. Вместе с тем определенные маркеры указывают и на ценностно-смысловой уровень пространственной идентичности. Речь идет о том, что сопричастность к городу определяется молодыми людьми через знаковые места и персоны, этот уровень взаимосвязи выступает наиболее очевидным и понятным для студентов.

Наряду со сказанным материалы интервью позволили зафиксировать еще один уровень городской идентичности, представленный в сознании современных молодых жителей Екатеринбурга, – практико-ориентированный. Он определяется через индивидуальные и коллективные формы различного рода активностей, нацеленных на присвоение и преобразование городской среды. Каждый второй информант отметил, что участие в акциях и неполитических движениях позволяет «прочувствовать город, продемонстрировать свою любовь и преданность ему, защитить его» (жен., 24 года). Коллективные действия служат укреплению идентичности, формируя чувство сопричастности к городской жизни и включенности в городское сообщество: «Если любишь свой город, то и будешь за него бороться, ... была на акции по защите сквера у театра Драмы, “обнимала” с другими пруд... пошла, потому, что люблю свой город, а после акций стала любить его еще больше...» (жен., 24 года).

Материалы интервью свидетельствуют о том, что наличие единомышленников, которые разделяют взгляды и ценности современных молодых людей, – значимый фактор для реализации гражданских инициатив и развития городской идентичности.

Что касается индивидуальных практик, то почти все информанты стараются «жить по правилам: не сорить, уступать место старшим, быть вежливыми» (жен., 22 года).

Городская идентичность, по оценкам опрошенных, укрепляется через чувство гордости, испытываемое за Екатеринбург. При этом респонденты гордятся тем, что в нем, во-первых, жили и живут известные люди («...испытываю чувство гордости за людей из города, достигших успеха или популярности» (жен., 22 года)); во-вторых, активные, ответственные, уважаемые горожане («...невозможно не гордиться людьми в Екатеринбурге: их активностью, характером, харизмой и умением отстаивать свои права... И еще всегда здороваюсь с незнакомцами во дворе и получаю в ответ добрые улыбки» (жен., 24 года)); в-третьих, происходят интересные события («...культурные события вызывают чувство гордости за свой город: чемпионат мира по футболу, ночь музыки, фестиваль “Стенография”» (жен., 24 года)).

Действенным инструментом солидаризации молодого поколения и формирования городской идентичности информанты считают социальные сети, которые способны мобилизовать горожан на преобразовательные практики и демонстрируют величие, красоту, уникальность города, его ландшафт, природу, архитектуру: «...У каждого города и даже поселка есть паблик в соцсетях, где выкладывают информацию обо всех значимых событиях и показывают живописные городские пейзажи, ...начало каждого нового дня и его завершение сопровождается фотографиями города, смотря на которые, неосознанно начинаешь гордиться местом, где живешь» (жен., 21 год); «...природные или архитектурные метки становятся небезразличными для тех, кто идентифицирует себя частью того пространства, где находятся эти метки...» (муж., 22 года);

В целом пилотное исследование позволило прийти к следующим выводам. Городская идентичность для молодого поколения предстает как идентификация с территорией проживания и людьми. Кроме того, она характеризуется эмоциональной насыщенностью, которая выражается в наделении города эпитетами, свойственными человеку. Опираясь на «сырые», первичные данные, мы предприняли попытку определить индикаторы городской идентичности, а также ее уровни. Внимания заслуживают архитектурные и персонифицированные маркеры-индикаторы городской идентичности. Первые выступают смысловыми точками в перемещениях молодежи по городскому пространству, а вторые – формируют чувство гордости за место проживания, за Ека-

теринбург. Обе группы маркеров способствуют утверждению и развитию городской идентичности. Кроме того, можно говорить и о становлении в городской среде событийного маркера, однако его проявление в разрезе идентичности пока еще слабо выражено. В ходе исследования были также определены уровни городской идентичности – ценностно-смысловой и практико-ориентированный. Первый из указанных позволяет выделить значимые объекты городского пространства Екатеринбурга, которые молодежь «нагружает» ценностным содержанием, включает в поле своей идентификационной матрицы. Уровень конкретных социальных практик нацелен на формирование общественно-ответственного поведения: молодежь небезразлична к судьбе своего города, его развитию и повышению внешней привлекательности. Кроме того, «чувство локтя» в коллективных инициативах позволяет ощутить себя частью общности неравнодушных горожан. Модель «заботы о городе» в индивидуальных практиках реализуется, как правило, в поддержании бытовых норм, которые ориентированы на сохранение чистоты города, а также через развитие системы взаимодействий разных групп населения в коммуникативном пространстве. Полагая, что молодое поколение может стать активным субъектом развития Екатеринбурга при содействии властей, ориентированных на формирование городской идентичности и продвижение территории в современном глобальном пространстве.

Список источников:

- Антонова Н.Л., Абрамова С.Б., Полякова В.В. Право на город: повседневные практики молодежи и партисипация в производстве городского пространства // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. 2020. № 3 (157). С. 443–462. <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.3.1597>
- Дягилева Н.С. Теоретические аспекты городской идентичности // Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы. Екатеринбург, 2013. С. 54–59.
- Озерина А.А. Городская идентичность как социально-психологический феномен // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2016. № 4 (34). С. 135–139. <https://doi.org/10.15688/jvolsu7.2016.4.15>
- Страусс А., Корбин Дж. Основы качественного исследования: обоснованная теория, процедуры и техники. М., 2001. 256 с.
- Федотова Н.Г. Формирование городской идентичности: факторный и институциональный аспекты // Журнал социологии и социальной антропологии. 2017. № 20 (3). С. 32–49.
- Флери А. Улица как географический объект // Социологическое обозрение. 2009. Т. 8, № 3. С. 30–36.
- Tajfel H. Social Psychology of Intergroup Relations // Annual Review of Psychology. 1982. Vol. 33, iss. 1. P. 1–39. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.33.020182.000245>

References:

- Antonova, N. L., Abramova, S. B. & Polyakova, V. V. (2020) The Right to the City: Daily Practices of Youth and Participation in the Production of Urban Space. *Monitoring obshchestvennogo mneniya: ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny.* (3(157)), 443–462. Available from: <https://doi.org/10.14515/monitoring.2020.3.1597> (in Russian).
- Dyagileva, N. S. (2013). *Teoreticheskie aspekty gorodskoj identichnosti [Theoretical Aspects of Urban Identity]*. In: *Brending malyh i srednih gorodov Rossii: opyt, problemy, perspektivy.* Ekaterinburg, pp. 54–59 (in Russian).
- Fedotova, N. G. (2017) The Formation of Urban Identity: Factorial and Institutional Aspects. *The Journal of Sociology and Social Anthropology.* (20 (3)), 32–49 (in Russian).
- Flyori, A. (2009) The Street as the Geographical Subject. *Sociologicheskoe obozrenie.* 8 (3), 30–36. (in Russian).
- Ozerina, A. A. (2016) City Identity as a Social and Psychological Phenomenon. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 7, Filosofiya, Sociologiya i social'nye tekhnologii.* (4 (34)), 135–139. Available from: <https://doi.org/10.15688/jvolsu7.2016.4.15> (in Russian).
- Strauss, A. & Korbin, Dzh. (2001) *Osnovy kachestvennogo issledovaniya: obosnovannaya teoriya, procedury i tekhniki [Fundamentals of Qualitative Research: Sound Theory, Procedures and Techniques]*. Moscow. 256 p. (in Russian).
- Tajfel, H. (1982) Social psychology of intergroup relations. *Annual Review of Psychology.* 33 (1), 1–39. <https://doi.org/10.1146/annurev.ps.33.020182.000245> (in Russian).

Информация об авторе

Н.Л. Антонова – доктор социологических наук, профессор, профессор кафедры прикладной социологии Уральского федерального университета, Екатеринбург, Россия.
https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=135864.

Information about the author

N.L. Antonova – D.Phil. in Sociology, Professor, Professor at the Applied Sociology Department, Ural Federal University, Ekaterinburg, Russia
https://www.elibrary.ru/author_items.asp?authorid=135864.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 01.10.2021;
Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 12.10.2021;
Принята к публикации / Accepted for publication 25.11.2021.