

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОЗИТИВНОГО ПОТЕНЦИАЛА НЕГАТИВНОЙ ГОРОДСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ДЛЯ РАЗРАБОТКИ МАСТЕР-ПЛАНОВ

Герасимова Д.А. (ИТМО)

Научный руководитель – доктор философских наук, доцент Горнова Г.В. (ИТМО)

Введение. В условиях стремительной глобализации и унификации городской среды, проблема сохранения и развития городской идентичности приобретает особую актуальность. Города все чаще прибегают к симуляции идентичности, созданию искусственных «достопримечательностей», не имеющих под собой исторической или культурной основы из-за конкуренции за материальные и человеческие ресурсы [1]. Подобная имитация идентичности не способствует решению проблемы, а лишь усугубляет ее, создавая фальшивый образ и не затрагивая глубинные смыслы места.

Культурные стратегии преобразования территории в большинстве случаев выражают частные интересы застройщиков, политиков, инвесторов, чиновников, тогда как носителями локальных традиций и мифов являются представители местного сообщества [2].

В связи с этим выдвигается следующая гипотеза: когда трансформация городской среды учитывает негативную городскую идентичность жителей, а не игнорирует ее, то градостроительные преобразования имеют больше возможности усилить уникальность территории и увеличить идентификационный потенциал горожан, а также уровень удовлетворенности качеством жизни на этой территории.

Основная часть. В российской градостроительной документации отсутствует понятие городской идентичности. В практике же работа с идентичностью часто сводится к преувеличению позитивных образов, необоснованному масштабированию локальных орнаментов и шрифтов, созданию безликих унифицированных, хоть и современных, пространств. Внедрение более сбалансированного и внимательного обращения с идентичностью и рефлексия негативной идентичности более всего представляются возможными через гибкий процесс мастер-планирования. Национальный стандарт мастер-планов ВЭБ РФ включает в себя несколько разделов, нацеленных на формирование миссии, образа города, определению и приоритизации ключевых проектов развития, работа в которых может быть усовершенствована через рефлексию негативной идентичности.

Для проверки этой гипотезы было проведено исследование и сравнение идентичности, в том числе негативной, двух городов: Саратова и Кемерово. На этих кейсах удалось проверить работоспособность метода выявления негативной идентичности и проверить, возможно ли на её основе предложить практические шаги для разработки градостроительных стратегий в рамках мастер-планирования.

Негативная городская идентичность – сложная концепция, требующая многомерного подхода и триангуляции данных при изучении. Среди исследователей принято использование четырехкомпонентной структуры идентичности, *ценностно-смысловой компонент* которой выражается в объективированных формах городской культуры: идеалах, мифах и метафорах. Они отражают представления о городе, разделяемые большинством жителей [3]. Поэтому наиболее полным и эффективным методом выявления идентичности было избрано проведение социологических опросов и фокус-групп по выявлению идеалов, мифов и метафор городов. Важным является проведение многоуровневого исследования с верификацией полученных качественных данных через экспертное мнение и подтверждение количественными показателями. Необходимо произвести пространственную привязку выявленных смыслов идентичности и выявить территории-носители наибольшей концентрации городской позитивной и негативной идентичности. В результате удастся сформировать более обоснованную и принимаемую местными жителями и стейкхолдерами

миссию города, образ и определить конкретные действия по ключевым проектам развития города.

Выводы. Таким образом, представленный метод является инструментом, способным более глубинно работать с городской идентичностью, более эффективно развивать города с сохранением и привлечением человеческих ресурсов без потери локальной аутентичности, создавать адаптивные проекты городского развития.

Отказ от политики номинации, особенно в случаях городов, где жители мало знают о регионе/городе и его возможностях, приведёт к тому, что идентичность городских пространств сможет отражать специфику города.

Список использованных источников:

1. Тимофеев М. Ю. Стимулирование территориальной идентичности и симулирование брендинга места // Вестник Пермского федерального исследовательского центра. 2014. №5.
2. Зукин Ш. Культуры городов [пер. с англ. Д. Симановского] - М.: Новое литературное обозрение, 2015.
3. Горнова Г.В., Городская идентичность: философско-антропологические основания : монография – Омск: Изд-во «Амфора», 2019. – 167 с.

Автор _____ Герасимова Д.А.

Научный руководитель _____ Горнова Г.В.