

Анализ принципов формирования городской идентичности.

А.А. Шнырев (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург)

Научный руководитель: И.А. Шмелева, доцент ИДУ ИТМО, к.п.н. (Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, г. Санкт-Петербург)

С приходом информационной эры в мире ускорился процесс глобализации. Она помогает нам лучше понимать людей из других уголков Земли, стирая национальные границы, однако люди рискуют потерять свою идентичность, а города – свою уникальность и неповторимость.

В условиях мирового интенсивного роста урбанизации одной из важнейших проблем является формирование устойчивой городской идентичности.

Целью исследования являлось осмысление понятия городской идентичности, выявление способов измерения её силы, критериев её формирования, а также функций, которые она могла бы дать городу и городскому сообществу.

Городская идентичность является результатом идентификации человека с городской общностью как большой социальной группой, отличающейся от ряда других общностей, выделяемых по признаку городской принадлежности [Дягилева Н.С., Журавлева Л.А. 2012]. Её следует трактовать в аспекте именно социальной идентичности человека, т.к. содержание социальных представлений формируется именно на макроуровне. Социальные нормы и ожидания создаются в больших устойчивых социальных группах и позже доводятся до конкретного человека в процессе социализации и освоения им разнообразных социальных ролей, таких, как, к примеру, «петербуржца» или «москвича» и т. д.

К критериям, позволяющим проанализировать городскую идентификацию отдельного человека относят территориальный, временной, поведенческий, психосоциальный, социальный и идеологический [Семенова Д.М. 2015].

Сформулированы следующие конструкты, являющиеся базисами городской идентичности: образ города, знаковые места города, локальные мифы и локальные истории [Замятин Д.Н., 2003]. Локальные мифы и истории, а также знаковые места могут быть связаны с «гением места» – фигурой, персонифицирующей местную идентичность. К этим символическим конструктам, служащим базисом городской идентичности, необходимо добавить такой фактор, как городской символ.

Можно категорировать ряд факторов, формирующих городскую идентичность: стабильные, изменчивые и символические [Визгалов Д.В. 2011]. Классификация факторов формирования городской идентичности в каждом конкретном случае может приобретать ту или иную конфигурацию в зависимости от целей исследования и применяемых методик.

Для замера городской идентичности вводится модель «модальности городской идентичности», где отражены характеристики, иллюстрирующие знак идентификации с городом и городским сообществом [Евсеенкова Е.О. 2014].

Городская идентичность является «символическим ресурсом города», который может быть использован в процессе создания привлекательного и узнаваемого образа города, а также быть рассмотрен как конкурентное преимущество территории. В то же время, городская идентичность выступает и как внутренний ресурс, который будет движущей силой в развитии места, оказывая позитивный эффект на социальную среду [Федотова Н.Г. 2017].

Задачей дальнейшего исследования будет анализ применимости существующих методов оценки городской идентичности в малых городах Балтийского побережья, а также выявление особенностей её формирования.