

## Управление идентичностью горожан

Идентичность для личности является важнейшим параметром, определяющим её взаимоотношения с окружением и служащим ориентиром в социальной системе координат. С одной стороны, идентичность служит основой для самоопределения и оценки собственной связанности или дистанцированности относительно тех или иных элементов социальной системы. С другой стороны, идентичность формирует особый тип установок личности по отношению к среде, определяемый степенью заинтересованности в её благополучии и принимаемой мерой собственной ответственности в этой связи.

Соответственно, управление территориальной идентичностью жителей города, как целенаправленный процесс, при комплексном подходе будет иметь в качестве последствий, как минимум, действие двух этих взаимонаправленных эффектов.

Идентичность горожанина – частный случай территориальной идентичности. Территориальная идентичность в социологических работах определяется чаще всего через установки, которые являются её следствием: «Региональная идентичность – это "воля к жизни и развитию на данной территории... Если энергия – способность совершать работу, то идентичность – это способность к социокультурной, гражданской и экономической активности»<sup>1</sup>. Региональная идентичность представляет собой самоотнесение индивида к определенному территориально ограниченному сообществу – региону, который характеризуется территориальной, историко-культурной, политико-правовой и языковой целостностью.

Город как среда очень разнообразен, и в разных аспектах выделяются соответствующие особенности функционирования жителей и возможности для формирования и усиления их территориальной идентичности. Мы выделяем:

1. *физическое пространство города*: естественный и рукотворный ландшафт, архитектуру и структуру пространства городских локаций;
2. *информационное* как пространство информационных потоков, включая и знания/представления о самом городе;
3. *социальное пространство* – номинальные и реальные территориальные социальные группы.

В рамках анализа физического пространства город – это локация. Об её освоении и присвоении свидетельствуют знание пространства, личный опыт использования, наделение субъективно значимыми смыслами. В таком случае город и житель являются частями друг друга как являются частями биографий друг друга. Личностное восприятие места (освоение, присвоение пространства, наделение его смыслами), формы и способы использования пространства. Здесь выявляются границы «Своего города», локация, которые в наибольшей степени личностно воспринимаются и локация, которые остаются чуждыми. Важнейшее значение имеют свойства этих локаций как причины того или иного их восприятия.

В плане информационного пространства выделяется два параметра.

---

<sup>1</sup> Крылов М.П. Региональная идентичность в историческом ядре европейской России // Социологические исследования, 2005, №3, 13-23. С. 13

Город как образ (смысл). Анализируются элементы образа города: известные, разделяемые, принимаемые и отторгаемые. С исследовательской точки зрения важно, какое лицо имеет город для его жителей и с чем это связано.

Город как потоки информации. Оценивается активность в поиске информации о жизни города и его сообществ, о планах развития города. Рассматриваются источники информации о городе, каналы самостоятельного размещения информации, освоение и использование потоков информации горожанами.

В плане социального пространства город предстает как сообщество. Существенными показателями являются наличие образа жителя города и соотнесение себя с ним, а также социальная активность в рамках территориальных образований, включенность в городские сообщества. Активность участия в городских событиях, активность в поиске средств влияния на жизнь города и горожан, их имидж.

Мы выделяем индикаторы включенности горожан в описанные типы пространства, тем самым имея в виду оценку степени включенности. Но еще более значимым для нас является поиск тех элементов городской среды, которые обеспечивают эту включенность.

Идентичность находится в постоянной динамике формирования, связанной с изменениями социальных практик индивида, изменениями жизненных обстоятельств, формирования и смены установок, получения информации и прочее – с одной стороны и с динамикой изменения самого города как объекта для соотнесения – с другой.

Не изменяющаяся идентичность, скорее всего, является отклонением от нормы. Категоризировать идентичности по их пластичности можно следующим образом: застывшая и пополняющаяся. Степень гибкости идентичности, легкости восприятия новых или меняющихся объектов соотнесения зависит и от среды, и от социальной и информационной активности индивида.

Для управления идентичностью, влияния на степень субъективной связанности города и его жителей, необходимо опираться на показатели, демонстрирующие характер и уровень идентичности.

Поскольку идентичность для нас – степень включенности в пространства города, необходимо выработать мерную шкалу этой степени – как для явления в целом, так и для его составляющих.

Идентичность как включенность в городское пространство может описываться как:

1. Принятие идентичности: активная включенность во все виды пространства.
2. Частичная включенность: принятие и включенность в одни элементы пространства при дистанцировании от других.
3. Дистанцирование: сознательная невключенность в городское пространство.

Первый и третий типы являют собой экстремумы, они составят исключительные случаи. Должно быть, абсолютное большинство войдет в группу с частичной идентификацией. В данном типе выделяются разновидности.

В первую очередь, по принципу того, в какие именно типы пространств в большей или меньшей степени включены горожане. Поэтому рассмотрим шкалу для каждого из них в отдельности:

### *Информационное пространство:*

Для полной включенности по параметру наличия образа своего города (политика, культура, физическое пространство, общество и прочее) необходимо присутствие осознанного целостного согласованного образа, который индивид может сформулировать. Принятие или отторжение образа основывается на его ясности – в первую очередь. Вариации по этому параметру связаны, во-первых, с наличием обрывочного, частичного образа своего города, возможно, с противоречивостью этого образа; во-вторых, с отсутствием образа своего города как такового и восприятием его в ряду с другими типичными объектами в своем роде.

Наличие образа в контексте самоотождествления с ним или дистанцирования от него ставит вопрос, является ли этот образ близким к желаемому, иначе говоря, позитивный он, частично позитивный или однозначно негативный. С точки зрения управления идентичностью важно понимать, почему конкретные элементы городской среды вызывают позитивное или негативное восприятие для тех или иных групп.

Даже тот образ города, который критически оценивается как позитивный, может не совпадать или не вполне совпадать с «городом мечты» для его жителя. Поэтому необходимо оценить принятие существующего образа. Возможно, каждый горожанин имеет свой индивидуальный образ, не совпадающий ни с одним другим. Но городская среда разнообразна, и позволяет соседство разнообразия. При этом возможно выделение тех элементов образа, которые будут общими для критически важной группы населения (наиболее значимая доля населения, наиболее активное население или прочие выделяемые группы).

О включенности говорит заинтересованность в благополучном настоящем и будущем города. Её можно оценить через активность в поиске информации, знание проблем города, наличие мнений о путях решения этих проблем, наличии предложений, пожеланий и тому подобное. Вариации составит случайный нецеленаправленный характер получения информации с более или менее явной реакцией на полученные сведения, более или менее активной позицией в отношении готовности участвовать в жизни города (от предложения собственной инициативы до нежелания даже получать информацию о событиях). Особое место занимает позиция намеренного избегания информации о жизни города, связанная с сильной эмоциональной реакцией, которая имеет негативный характер разочарования, отсутствия веры в возможность позитивных изменений и других подобных настроений. В целом эмоциональность в восприятии города и отдельных элементов городской среды говорит о небезразличии и высокой степени включенности в жизнь города. Связывание собственного будущего с будущим своего города также указывает на прочное идентифицирование себя как жителя данного города.

### *Социальное пространство*

Часто очевидным признаком территориальной идентичности может служить самоназвание. Признавая себя, например, «нижегородцами», жители города, тем самым, признают эту роль в своем ролевом репертуаре. Самый частый контекст – общение с иногородними резидентами или сравнение своего города с другими.

Более глубокий уровень идентификации предполагает осознание этой роли и вне противопоставления, в ситуациях принятия роли активного функционера в городской среде и осознания связи своей жизни с жизнью города. Самоназвание может вызывать позитивные эмоции в случае идентификации горожанина, отрицательные в случае неприятия города. Отсутствие эмоций в связи с наличием статуса, например, «нижегородец», говорит, скорее, о дистанцировании, чем о включенности в городское пространство.

Как город, так и городское сообщество может быть более или менее ясным образом в сознании жителя. И при этом возможно как соотнесение себя с ним, так и отторжение, которое будет иметь эффект дезинтеграции. В случае высокой включенности в социальное пространство города мы будем наблюдать активное участие в территориальных сообществах (сообществах, объединенных, среди прочего, по признаку проживания участников на определенной территории, в данном случае – конкретного города). Включенность определяется числом и разнообразием групп членства, частотой и характером общения внутри групп, наличием или возможностью наличия совместного действия в рамках групп.

Территориальное сообщество может быть объединено разделяемым чувством гордости в отношении своего города. Основания для гордости могут быть актуализированы наиболее действенными потоками информации, вложены в систему воспитания, усилены осознанием собственной роли в успехах и достижениях города, и прочее.

Включенность в информационное пространство и собственная созидательная роль в контексте жизни города и городского сообщества определяется как осознанием личной позиции в социальном и информационном пространстве, так и функциональностью и удобством использования каналов общения. Наиболее активная позиция предполагает собственно создание и администрирование таких каналов. Активное использование характеризуется как получением, так и размещением информации через них. Информационная пассивность может быть связана и с невозможностью использования каналов получения и передачи информации на уровне городских сообществ, и с отсутствием интереса к информационному обмену. Число и разнообразие существующих потоков определяют вероятность включения максимального количества групп населения в информационное городское пространство.

#### *Физическое пространство*

Включенность в физическое пространство связано с понятиями освоенности и присвоенности физического пространства города.

Освоение, присвоение мест горожанами образует собственно площадки взаимодействия, наделяет пространство коммуникативными функциями. Освоить» – овладеть чем-нибудь, научиться употреблять что-нибудь, пользоваться чем-нибудь, усвоить, понять, запомнить. Присвоение предполагает придание чему-то характер собственного, своего. Мы можем узнать об освоенности места, судя по присутствию на данной территории людей – как пересекающих его (то есть выбравших его как одну из точек маршрута при наличие выбора), так и проводящих здесь время; судя по тому, выбирается ли это место местом встреч; легко ли его узнают; имеется ли ассоциативный ряд, т.е., обладает ли оно

индивидуальными смыслами, отличающими данную территорию от других мест в городе и пр. О присвоенности места можно судить по существованию постоянной публики, следам трансформации места для нужд этой публики по существованию неофициального названия места и пр.

Освоенное пространство наделено субъективными значениями и ясными характеристиками в сознании человека, опытом использования локаций, отношением к ним со стороны субъекта. Для коммуникативных функций пространства важно, с одной стороны, освоенность пространства и конкретных локаций в нем, а с другой – наделение пространства именно смыслом коммуникативной площадки. Городская среда выступает как контекст индивидуальной и групповой деятельности человека, а в ряде случаев детерминирует эту деятельность.

Включенность в физическое пространство предполагает большое количество освоенных и присвоенных мест, детальное знание городского физического пространства, большое количество практик, для реализации которых пространство может быть использовано. Создание пространства, удобного для освоения и присвоения как критерий – составляет основу городского планирования наряду с критериями экономическими. Удачно спланированная физическая городская среда представляет собой комфортное место для жизни во всех её проявлениях и способствует увеличению разнообразия повседневных практик городского жителя.

Комфортная городская среда не ограничивает место присутствия жителя узкими и явно очерченными границами, личные территориальные границы достаточно широки и, возможно, размыты.

Помимо характеристик среды, степень идентичности связана с индивидуальными стремлениями и личностными характеристиками человека.

В современном мире идентичность – вопрос выбора. В течение жизни человек работает над приобретением, сменой собственных статусов. Выбор совершается не только в том, каким образом приобрести желаемый статус, попасть в привлекательную социальную группу, но и в том, какая группа станет достаточно привлекательной. Если для каких-то групп выгодно сохранять закрытость, то город явно заинтересован в том, чтобы привлекать в городское сообщество новых членов. Часть из них – ныне живущие в городе люди, но не соотносящие себя с городским сообществом, свои интересы с интересами города, не ощущающие свою включенность в городское пространство. Другая часть – потенциальные жители города, нашедшие его привлекательным местом для собственной жизни, экономической, социальной, культурной активности. Важно правильно оценить ресурсность идентичности как фактора социальной активации, мобилизации. Территориальная идентичность индивида означает принятие ответственности за благополучие места жительства, соотнесение своих интересов и устремлений с интересами и устремлениями города. Соответственно, необходимым условием отмеченного позитивного эффекта является собственно понимание интересов и устремлений города. Согласованный образ города обеспечивает это понимание.

Имеют значение оба образа города: внутренний и внешний. Первый – для конструирования, поддержания, усиления идентичности тех, кто является жителем города. Второй – для привлечения интереса к городу, повышению территориальной

конкурентоспособности. Помимо обозначенной прямой функции внешний привлекательный образ города, внешний интерес к нему укрепляет позитивное отношение жителей к своему городу.

Большие города действуют в высококонкурентной нише в борьбе за ресурсы, которые позволяют им развиваться. В первую очередь, это денежные и человеческие ресурсы. Как давно стало очевидным для представителей экономических наук, лучший способ действий в такой среде – определение или создание таких свойств, которые позволят быть единственным в своем роде.

Вопрос о выборе места жительства становится все более обычным для нас в современных социальных, экономических, технологических условиях жизни. Очевидно, что место, которое оно может предложить больше или меньше в отношении каждого аспекта нашего существования. Оно может определять уровень зарплаты, круг общения, личного и профессионального, возможности для развития и комфортного проживания. Люди не в равной мере счастливы везде, и некоторые места предоставляют больше возможностей для достижения высокого уровня жизни, чем другие, предлагают более разнообразный рынок труда, лучшие карьерные перспективы, более высокие оценки недвижимости, более надежные инвестиции и возможности зарабатывать. Другие – места предлагают более многообещающий выбор жизненного партнера. А третьи – лучшую среду для воспитания детей.

Как отмечает Р. Флорида<sup>2</sup>, место влияет на то, насколько мы счастливы, и другими, менее явными способами. «Оно может быть островом стабильности в море неопределенности и риска. Работа рано или поздно заканчивается. Взаимоотношения распадаются. Выбор правильного места может стать защитой от жизненных невзгод. Всегда ужасно терять работу, еще тяжелее страдать от разрыва с самым важным для Вас человеком. Какими бы ужасными ни были эти события, все становится существенно хуже, если Вам довелось жить в таком месте, где вам сложно найти новую работу или встретить другого прекрасного человека. Несравнимо легче вновь подняться на ноги, если место, где Вы живете, характеризуется энергичным экономическим развитием с большим количеством предложений о работе, из которых Вы можете выбирать, или большим количеством одиноких людей вашей возрастной когорты, с которыми Вы потенциально могли бы построить отношения».

Жители больших городов перемещаются в поисках лучших возможностей и больших перспектив. И пока они не находят, говоря рыночным языком, факторов, которые формировали бы лояльность к образу определенного города (нередко из-за отсутствия собственно самого образа), на рынке предложений мест жительства, большинство крупных городов для них равноценны.

Важно заметить, что при признаваемой высокой мобильности современного человека, существуют факторы, определяющие её степень. Если описанный выше интерес к поиску наилучшего места для жизни активизирует мобильность и заставляет немало рефлексировать относительно собственной удовлетворенности своей жизненной средой, оценивать её и отслеживать происходящие изменения, то

---

<sup>2</sup> Florida, R. "Who's your city?", Basic Books, 2008, p.6.

есть и причины обратного эффекта. Выше уже говорилось об идентичностях застывшей и пополняющейся. Поскольку целенаправленно управляемая идентичность по определению должна иметь дело с пополняемой идентичностью, необходимо учитывать условия, приводящие к её застыванию.

Пожалуй, важнейшим критерием здесь является активность личности в физическом, информационном пространстве. Чем в большей мере эти пространства используются личностью, тем ярче они для неё проявляются, заметнее происходящие изменения, выше вероятность принятия и приспособления к этим изменениям.

Необходимо принимать во внимание субъективные и объективные условия проявления активности. К субъективным можно отнести общий уровень жизненной активности личности, любопытство, открытость, разносторонность деятельности и интересов. Все это заставляет активно включаться в рассматриваемые пространства или игнорировать их, дистанцироваться. Включение в пространства при низкой заинтересованности решается усилением яркости пространства, привлечением интереса и мотивированию. Примером могут служить, например, программы по повышению интереса к спорту.

К объективным причинам будет отнесена невозможность реализации активности, связанная с ограничениями возможностей функционирования человека. Например, ряд физических ограничений приводит к физической изоляции индивида в случае, если физическое пространство города не приспособлено к особенностям его передвижения. Отсутствие навыков получения информации в электронном виде или отсутствие материальной возможности установки и использования ПК отрезает человека от большего числа информационных потоков. В рамках определенных когорт населения достаточно много социальных организаций разных типов и направленностей, и эти когорты, например, молодежь, активны в плане формирования своего социального окружения. В то время как другие, например, дети или люди пенсионного возраста, нуждаются в организационной помощи или просто в создании благоприятных условий для активного формирования групп, чтобы не остаться в социальной изоляции. Застывшая идентичность – это идентичность с тем городом, который остался в прошлом (это может быть как приятный, так и неприятный образ). Она не имеет связи с реальным городом, в котором живет человек.

В современном мире идентичности очень пластичны вследствие разнообразия и открытости элементов социальных систем. Это означает, что целенаправленное управление чьей-либо идентичностью осложнено. То, что находится во власти такого направленного усилия – это формирования среды, которая с большой вероятностью будет способствовать формированию идентичности. В то же время, ряд значимых факторов останутся подвластны (осознанно или нет) только потенциальным обладателям желаемой идентичности.