

*А.Ю. МАРЧЕНКО*  
(Волгоград)

**ГОРОДСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ  
В КУЛЬТУРЕ ПОСТСОВЕТСКОЙ  
ПРОВИНЦИИ**

(рецензия на монографию:  
**Шипулина Н.Б., Щеглова Л.В.,  
Шипицин А.И., Плужникова Н.Н.,  
Елистратова Е.А. Антропология  
вещи в городской культуре:  
концептуальные основы и поиск  
метода. Волгоград: Изд-во Волгогр.  
ин-та управления – филиала  
ФГБОУ ВО «РАНХиГС», 2016. 166 с.)**

Рассмотрение проблемы идентичности включает в себя анализ как субъективного, так и общекультурного аспекта данного феномена. Попытки типологизации разного рода моделей идентичности предусматривают такие ее модальности, как персональная и коллективная; истинная и ложная; негативная и позитивная; реальная и формальная; нарративная, конфессиональная, гендерная и др. Первоначально возникшее в рамках психологических (а затем и психоаналитических) исследований понятие «идентичность» в современном гуманитарном познании стало употребляться для обозначения самоидентичности, целостности и цельности субъективной психической деятельности, актуальной способности к саморефлексии и осознанию себя в качестве личности. Начиная со второй половины XX в. в широкий оборот вводится понятие «коллективная идентичность», используемое для определения устойчивых интересосубъективных представлений группы людей о самих себе во времени и пространстве.

Совершенно особой темой многочисленных исследований последних лет стал феномен городской идентичности. С одной стороны, она является более лабильной и спонтанной по сравнению с этническими или социально-экономическими характеристиками, с другой – осознание собственной городской идентичности выступает важным маркером разграничения «своего» и «чужого» в современном культурном пространстве. В структу-

ру городской идентичности можно включить три компонента: во-первых, это знания, представления об особенностях своей группы, во-вторых, осознание принадлежности к ней и, в-третьих, эмоциональная оценка значимости этой принадлежности.

В постсоветское время многие провинциальные российские города столкнулись с проблемой идентификации и позиционирования собственной культурной среды. Городская среда, спроектированная и выращенная в рамках большого советского нарратива, оказалась в состоянии символического и организационного хаоса. Прежнее идеологическое наполнение было поставлено под сомнение, а формирование нового затруднялось в связи с отсутствием сопоставимой по солидаризирующему потенциалу культурной интенции. «Изменения, происходящие в обществе: смена поколений, масштабные события, новые мифы и ценностные установки, – материально деформируют окружающее пространство. Новые памятники вытесняют старые символы города, смысловой потенциал которых практически исчерпан, ареал обитания последних сужается и они мимикрируют под окружающий городской ландшафт» [1, с. 80].

Действительно, происходит утрата исходной символической и смысловой нагруженности пространства, культурная логика постсоциалистической городской среды вообще хаотична и абсурдна: под памятниками Ленину проводятся митинги либеральной оппозиции, долгостроящиеся православные храмы мирно зарастают по периметру автосалонами и торгово-развлекательными комплексами, а опустевшие дома культуры и муниципальные кинотеатры в отдаленных от центра города районах постепенно растворяются в природном ландшафте. Прагматика массивно вытесняет символику и идеологию, а общенациональные конвенции символизации и городской идентичности уходят в прошлое.

В связи с этим представляется чрезвычайно актуальной тема научной монографии «Антропология вещи в городской культуре: концептуальные основы и поиск метода», избранная коллективом известных волгоградских ученых. Реалогический метод постижения го-

родской культуры, осмысление овеществленных, повседневных практик взаимодействия людей – один из наиболее перспективных подходов и одно из условий понимания синкретичной среды обитания современного человека. Об этом прямо пишут и сами авторы: «как в современных науках о культуре, так и в самой культурной реальности, сейчас происходит смена парадигм: от эстетической и семиотической – к реалогической и персонологической... неустрашимый человеческий, точнее, личностный фактор ориентирует современное знание о культуре на индивидуализированные, субъективированные принципы изучения и понимания уникальных и неповторимых смыслов вещей» [2, с. 11].

Именно такой подход позволяет воспринимать мир урбанистической повседневности не сквозь абстрактные и зачастую устаревшие схемы противопоставления центра и периферии, индивидуального и общественного, частного и публичного, вертикально-государственного и горизонтально-семейного, а сквозь призму «человекообразных» чувств, эмоций, воспоминаний и личностных ценностных ориентаций. Реалогическая парадигма исходит из понимания вещи как формы личностной укорененности в бытии культуры и позволяет обнаруживать персональную причастность миру и «способ упорядочения мира в повседневной организации индивидуального бытия» [3, с. 263]. Поэтому нельзя не согласиться с авторами монографии в том, что «город и горожане попадают в поле зрения современных гуманитариев в их повседневной жизни, в простых словах, поступках, вещах и практиках, не имеющих глобального значения, но помогающих увидеть современные города “снизу и изнутри” и в этом смысле лучше понять глубинные пласты культуры города и городов» [Там же, с. 47].

Идею упрощения, пуэрилизации городского пространства, уставшего от глобальных метанарративов и лозунгов подчеркивает при микросоциологическом анализе блошиных рынков и Л.В. Щеглова: «современная барахолка как зеркало отражает пуэрилизацию культуры, захлестнувшую сегодня развитые страны... Главное, что дает блошинный рынок человеку – это возможность освободить в себе детское начало и одновременно выразить протест против моды на одноразовые предметы, одноразовые отношения и линейную определенность статусно-ситуативного общения» [4, с. 86]. В этом смысле потребность в освобождении от уже отживших вещей и отношений

коррелирует с устойчивой потребностью в обновлении символического пространства городской повседневности.

Монография изобилует богатейшим иллюстративным материалом, очевиден значительный труд авторов при подготовке текста, огромный объем предварительной работы, а также методологическая обоснованность основных положений и выводов. Чрезвычайно интересным представляется проведенный Н.Б. Шипулиной, Л.В. Щегловой, А.И. Шипициным, Н.Н. Плужниковой и Е.А. Елистратовой анализ волгоградской микроурбанистической среды, в частности, весьма захватывающими и рождающими встречный интеллектуальный поиск, являются параграфы, посвященные таким реалогическим феноменам, как дворовые скульптуры, барахолки, блошинные рынки, творчество создателей hand-made, буккроссинг, архитектурные комплексы и памятники, формирующие социальное пространство городской повседневности. Этот ряд хочется продолжить, отнеся к микроурбанистическим особенностям волгоградской среды знаменитые дорожные ямы и выбоины, а также стихийные свалки и газонные парковки. Так или иначе, авторы с грустью констатируют отсутствие на протяжении последних десятилетий хотя бы попыток формирования целостной культурно-символической политики и имиджа города: «Это свидетельствует о том, что проблема поиска Волгоградом своего лица, включения города в мировой или хотя бы российский культурный контекст серьезно не стоит. Вопросы о миссии города, его локальном своеобразии, нематериальных активах редко являются предметом рефлексии экспертного сообщества ученых, художников, архитекторов, скульпторов и мало интересуют властные инстанции... Вместо целенаправленной и последовательной стратегии продвижения, мы имеем дело с кратковременными и конъюнктурными тактиками маркетинга имиджа города, вектор которых задается политической элитой, навязывающей горожанам свое представление об идентичности Волгограда» [2, с. 79–80].

В данной связи необходимо сказать, что специфика волгоградской городской идентичности вполне вписывается в общероссийский постсоветский контекст и связана с историческими, географическими и социально-экономическими особенностями региона, затрудняющими, а подчас и делающими невозможной его спонтанную идентификацию. «Советский» линейный тип урбанизации определил организацию городского ландшафта, плано-

мерное, «послойное» планирование среды в условиях чрезвычайно протяженного города все больше затрудняет создание единого коммуникационного пространства.

Происходящий в последние два-три десятилетия процесс фрагментации географического и символического пространства, переименовывания и «расколдовывания» знаковых для предыдущего поколения мест связан с усталостью от больших нарративов и «советскости» как таковой, что, кстати, несколько не мешает по ней же активно ностальгировать. При этом данный процесс, очевидно, не способствует интеграции городского культурного сообщества, что закономерно влечет ощущение социальной инертности и безысходной нехватки солидарности и в значительной степени способствует оттоку из региона молодежи и трудоспособного населения. Для культурной ситуации многих городов российской постсоветской провинции, которые утратили прежний статус промышленных центров и исчерпавших традиционный символический ресурс, действительно очень «важно найти или создать новый культурный капитал, конвертируемый в реальные экономические механизмы, которые позволили бы этим городам стать вновь экономически успешными за счет внутренних культурных ресурсов» [2, с. 91].

Именно поэтому одной из актуальных задач, стоящих перед региональной элитой и про-

фессиональным интеллектуальным сообществом, становится рефлексия над возможными формами городской идентичности, а также маркетинг территории и целенаправленные усилия по формированию позитивного имиджа города, основанного не только на патристической риторике и природных достопримечательностях, но и на чем-то еще, обладающем мощным интегрирующим и солидаризирующим культуртрегерским потенциалом.

### Список литературы

1. Саенко Н.Р., Шипицин А.И. Культурно-символическая политика в отношении городской скульптуры // Вопросы культурологии. 2010. № 12. С. 80.
2. Шипулина Н.Б., Щеглова Л.В., Шипицин А.И., Плужникова Н.Н., Елистратова Е.А. Антропология вещи в городской культуре: концептуальные основы и поиск метода: моногр. Волгоград: Изд-во Волгогр. ин-та управления – филиала ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы», 2016.
3. Шипулина Н.Б. От семиотики к реалогии: методологическая эволюция исследовательского и интерпретационного инструментария культурологии повседневности // Каспийский регион: политика, экономика, культура. 2012. № 4(33). С. 263.
4. Щеглова Л.В. Блошиный рынок как культурный феномен // Сервис Plus. 2016. № 1. С. 86.

