



Городская идентичность: пространственные аспекты

Н. Г. Федотова 

Новгородский государственный университет имени Ярослава Мудрого,
Великий Новгород, Россия
fedotova75@mail.ru

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА

городская идентичность
городское пространство
места города
культурное наследие
Великий Новгород

АННОТАЦИЯ

Статья посвящена изучению городской идентичности, которая формируется за счёт понимания и «переживания» горожанами своей связи с городом с помощью чувства сопричастности. Автором раскрывается одно из направлений исследования процессов структурирования городской идентичности, которое основано на детерминации городского пространства как важного аспекта возникновения идентификационных связей горожанина с городом. В работе акцентируется внимание на эмпирическом срезе пространственных аспектов городской идентичности сквозь призму анализа тех мест города, которые оказывают воздействие на идентификацию горожан. Место выступает единицей познания городского пространства, влияющего на идентификацию горожанина через образы, эмоции, ценности, убеждения, которые возникают у жителей города по отношению к многообразным пространственным аспектам: от визуального облика до ощущений атмосферы места. В статье приводятся результаты эмпирического исследования пространственных аспектов городской идентичности, которое было проведено в Великом Новгороде. Исследование городской идентичности проводилось качественным способом получения информации посредством методики структурированного интервью. В исследовании приняли участие 52 новгородца с квотой по возрасту, времени проживания в городе, полу и сфере деятельности для того, чтобы выявить, как воспринимается и осмысливается современный город. Один из блоков вопросов для жителей Великого Новгорода касался пространственных аспектов городской идентичности и был посвящён выявлению образов, ассоциаций горожан, их эмоций и особенностей отношения к определённым местам города: а) места, которые выражают дух и характер города; б) места, с которыми у горожан связаны позитивные эмоции и личностные аспекты переживания города как определённой части «своего города»; в) места, которые вызывают негативные эмоции.

Для цитирования:

Федотова, Н. Г. (2024). Городская идентичность: пространственные аспекты. *Urbis et Orbis. Микроростория и семиотика города*, 4(2), 169–182. [https://doi.org/10.34680/urbis-2024-4\(2\)-169-182](https://doi.org/10.34680/urbis-2024-4(2)-169-182)

Финансирование:

Исследование выполнено за счёт гранта Российского научного фонда, проект № 24-18-00672, <https://rscf.ru/project/24-18-00672/>

Urban identity: Spatial aspects

Natalia Fedotova 

Yaroslav-the-Wise Novgorod State University, Veliky Novgorod, Russia
fedotova75@mail.ru

KEYWORDS

urban identity
urban space
city place
cultural heritage
Veliky Novgorod

ABSTRACT

The article is devoted to the study of urban identity, which is formed by citizens through understanding and “experiencing” their connection with the city via sense of belonging to it. The author explicates the research direction of the city identity structuring processes, which is based on the urban space determination as an important aspect of citizen-city identification connections emergence. The study focuses on the empirical cross-section of spatial aspects of urban identity through the prism of the analysis of those places in the city that have an impact on the identification of citizens. A place acts as a unit of cognition of urban space, influencing the identification of a citizen through images, emotions, values, beliefs that arise among city residents in relation to diverse spatial aspects: from visual appearance to the perception of the atmosphere of the place. The article presents the results of the empirical study of the urban identity spatial aspects, which was conducted in Veliky Novgorod. The study used a qualitative approach in obtaining information through the structured interview technique. The study involved 52 Novgorodians with a quota by age, time of residence in the city, gender and field of activity to identify how the modern city is perceived and understood. One of the blocks of questions for residents of Veliky Novgorod concerned the spatial aspects of urban identity and was devoted to identifying images, associations of citizens, their emotions and peculiarities of attitude to certain places of the city: a) places that express the spirit and character of the city; b) places connected which citizens’ positive emotions and personal aspects of experiencing the city as “yours”; c) places that cause negative emotions.

For citation:

Fedotova, N. G. (2024). Urban identity: Spatial aspects. *Urbis et Orbis. Microhistory and Semiotics of the City*, 4(2), 169–182. [https://doi.org/10.34680/urbis-2024-4\(2\)-169-182](https://doi.org/10.34680/urbis-2024-4(2)-169-182)

Funding:

The research was funded by the Russian Science Foundation, project No. 24-18-00672, <https://rscf.ru/project/24-18-00672/>

Введение

Растущий научный интерес к исследованиям городской идентичности во многом объясняется теми последствиями глобализационных процессов, которые тесно связаны с поиском культурных оснований уникальности, с одной стороны, и локализации, устойчивости современных сообществ, с другой. Кроме того, несмотря на кризис городской идентичности, который состоит в нарушении механизма воспроизводства социально-городских связей, «отчуждением человека от места его обитания», стоит отметить, что само понятие городской идентичности характеризуется «размытостью смыслового наполнения» (Шуб, 2022, с. 13).

Городская идентичность во многом держится на переживании горожанами своей связи с городом, на чувстве «сопричастности к городу и его жителям» (Горнова, 2019, с. 12). Ресурс городской идентичности заключается в том, что данный феномен является социокультурным детерминантом внутреннего микроклимата города, поскольку напрямую влияет на чувства привязанности горожан к месту своего проживания, что, в свою очередь, может влиять на предотвращение оттока молодых и талантливых жителей из российских городов. Эти тезисы подтверждают очевидную актуальность исследований городской идентичности.

Теоретические рамки исследования

Как мы полагаем, в основе городской идентичности лежит символическая связь между горожанином и городом, которая формируется благодаря тем смыслам, с помощью которых человек отождествляет и различает свой город, а также чувствует причастность, привязанность к городу. Говоря иначе, городская идентичность формируется на символическом уровне, в ходе производства репертуара значений, с которыми сталкивается человек при взаимодействии с городом (Федотова, 2017, с. 36) в рамках интеграции «временных и пространственных координат существования человека на конкретной территории» (Шуб, 2022, с. 16). В связи с этим во внимание исследователей городской идентичности нередко попадают те символические, аксиологические или антропологические факторы городской территории, которые и обеспечивают устойчивую идентификацию горожанина как жителя того или иного города.

В частности, как показывают исследования, территория является фактором, который обеспечивает осознание горожанами отличительных параметров города, то есть городская идентичность является идентичностью территориальной (Радина, 2015). Вместе с тем во многих исследованиях городская идентичность представляется как идентичность места, то есть «place identity» (Lalli, 1992; Hauge, 2007), где именно место становится источником идентификационных маркеров, благодаря которым город представляется, воображается (Спешилова, 2024, с. 114) и переживается горожанами.

Архитектура города, его природа, строение улиц и многие другие его пространственные характеристики являются важнейшим источником символических связей, которые возникают между горожанами и городом. Человек, проживающий в городе, «тотально включён в пространство города» (Горнова, 2019, с. 17). При этом сам город представляет собой пространственно-структурированную форму совместного существования людей (Аванесов, 2018, с. 15), или, другими словами, созданную людьми среду обитания, основной каркас которой образуют результаты деятельности

человека — «городские здания, сооружения, большая и малая городская архитектура, пространства пешеходного и транспортного движения, которые выступают как символы, носящие определённые значения» (Недосека & Ануфриева, 2015, с. 23).

Исследования пространственных аспектов городской идентичности, как правило, проводятся в самых разных контекстах – от феноменологии архитектуры (Norberg-Schulz, 1980) до визуальной семиотики городского пространства (Аванесов, 2016), включая исследования структурирования городского пространства в центр-периферийных аспектах и аспектах районирования города. Например, исследователи показывают, как городское пространство формирует чувство места (Жердева, 2015) и как это связано с городской идентичностью, поскольку чувство места в городе обеспечивается именно «физически построенной тканью, которая хранит как личную, так и культурную память» (Hussein et al., 2020, p. 264).

В рамках данной работы внимание акцентируется на эмпирическом срезе пространственных аспектов городской идентичности сквозь призму анализа тех мест города, которые оказывают воздействие на идентификацию горожан. Понятие «место» является единицей, вокруг которой группируются со стороны горожанина многообразные смыслы того или иного фрагмента городского пространства (от визуального облика до ощущений атмосферы места) через его образы, эмоции, ценности, убеждения. Марк Оже, исследуя современный город, неслучайно оперирует понятием «место» исходя из трактовки его как антропологического пространства, соединяющего в себе настоящее и прошлое, создающего идентичность и формирующего связи (Оже, 2017, с. 36) в отличие от «не-места», лишённого «своего смысла, без назначения» (Augé, 1992, p. 100).

В исследованиях символического взаимодействия горожанина и городского пространства учёные нередко констатируют проблему наполнения города пустыми местами, «не транслирующими никаких социально значимых смыслов – ни исторических, ни культурных, ни эстетических, ни модернизационных», что вызывает кризис городской идентичности (Цит. по Шуб, 2022, с. 14–15). Вместе с тем особенности городского пространства могут быть раскрыты через специфику ценностного отношения горожан к местам города, которые способны вызывать целый спектр чувств и переживаний, например, места любви, скуки или тревоги (Эллард, 2016).

В рамках изучения городской идентичности научный интерес, как мы полагаем, вызывают такие места городского пространства, которые имеют определённую значимость для горожан, символизируя те или иные образы, вызывая те или иные ощущения и переживания города, поскольку «горожане воспринимают не только комфортность и содержание окружающей среды, но и город в его символических значениях» (Недосека & Ануфриева, 2015, с. 24), включая культурные и исторические аспекты места, его уникальность или визуальный эффект. Места городского пространства, с одной стороны, формируют когнитивную, осознаваемую причастность горожан к городу и вызывают положительный эмоциональный фон за счёт восприятия ими данной локации как нужной или важной. С другой стороны, напротив, исследователя интересуют и те места города, которые негативно влияют на процессы идентификации, задают отрицательный эмоциональный фон (знания о таких местах могут помочь городским элитам в планировании и развитии города).

Методология

Опыт эмпирических исследований коллективных форм идентичности строится, как показывает практика, с применением различных методик, включая интервью с горожанами, экспертные опросы, лейтмотивные интервью, где в качестве респондентов могут выступать и обычные жители, и профессиональные эксперты (Анисимова, 2012) с приоритетом качественных срезов получения информации. Кроме того, в исследованиях городской идентичности специалисты выбирают тут или иную стратегию, чтобы структурировать полученные результаты. Весьма распространёнными являются такие виды эмпирического анализа, которые построены на выявлении эмоциональных, когнитивных, поведенческих и мотивационных компонентов городской идентичности (Озерина, 2018). Несколько иначе проводятся эмпирические исследования, где в качестве точки отсчёта берется структура городской идентичности исходя из спектра тех культурных смыслов, на основании которых происходит идентификация горожан. В частности, в ходе эмпирического анализа городской идентичности во Владимире, Смоленске, Ярославле полуструктурированное интервью с горожанами проводилось по следующим критериям: значимое (центральное) место; представления о локальной географии; пантеон героев города; ценности, святыни, мифы самостояния / гордости; представления о структуре сообщества; ритуалы воспроизводства идентичности (Евстифиев, 2019, с. 166).

Учитывая данный опыт, в методологии исследования пространственных аспектов городской идентичности, которое было проведено нами в Великом Новгороде, мы придерживались второго из обозначенных выше направлений анализа, а также опирались на подобные модели структуры городской идентичности (природные факторы, известные имена, бренды и пр.) (Аванесов & Федотова, 2022, с. 369). В качестве способа эмпирического среза представлений горожан использовался метод структурированного интервью, с помощью которого мы анализировали – как жители города воспринимают, осмысливают свой город и с какими образами его ассоциируют. Один из блоков вопросов для новгородцев касался пространственных аспектов городской идентичности и был посвящён выявлению образов, ассоциаций горожан, их эмоций и особенностей отношения к определённым местам города.

Результаты эмпирического исследования

Рассмотрим часть результатов эмпирического исследования в Великом Новгороде, которая посвящена выявлению пространственных аспектов городской идентичности. Само эмпирическое исследование было проведено нами с помощью интервьюирования 52 горожан с квотой по возрасту, времени и районам проживания, а также сфере деятельности.

Во-первых, мы выявили наиболее значимые, по мнению жителей Великого Новгорода, места, которые выражают дух и характер города. По мнению горожан, именно Новгородский Кремль является тем местом, который хранит и транслирует современным горожанам дух и характер Великого Новгорода (79% упоминаний в ответах респондентов). Новгородцы в своих ответах отмечали не только сам Кремль, но и все те объекты, которые размещены в нём, нередко при этом называя Кремль детинцем. Также символичным для горожан местом, рассказывающем о городе, является Ярославово дворище (отметил каждый второй респондент), которое

передает в своих формах, топонимике и местоположении славное торговое прошлое Великого Новгорода.

Таблица 1. Места Великого Новгорода, отражающие дух и характер города

Образы	Доля упоминаний	Цитаты респондентов
Кремль	79%	«Кремль (детинец)»; «Кремль во всей своей совокупности»
Ярославово дворище	56%	«Торг – место, дававшее жизнь и богатства городу...»
Софийский собор	31%	«Храм святой Софии...»
Памятник «Тысячелетие России»	15%	«Памятник тысячелетию Руси»
Рюриково городище	13%	«Конечно, Рюриково городище...»
Свято-Юрьев монастырь	12%	«Юрьев монастырь за городом»
Улицы Торговой стороны	10%	«Район старого города на Торговой стороне – улочки Ильина, Знаменская, Славная...»

Менее значимыми, с точки зрения горожан, местами города, которые выражают его дух и характер, как свидетельствуют сведения в таблице 1, являются основные памятники города – Софийский собор (31% упоминаний в ответах респондентов), памятник «Тысячелетие России» (15% упоминаний в ответах респондентов), Рюриково городище (13% упоминаний в ответах респондентов), представляющие собой основные места памяти и хранящие уникальные слои прошлого Великого Новгорода.

Следует отметить, что в данном перечне мест горожане отдельно указали как действующие, так и давно прекратившие своё функционирование новгородские монастыри как святые или сакральные места, отражающие православную культуру города. В частности, 12% респондентов отметили Свято-Юрьев мужской монастырь, символизирующий для новгородцев глубинную связь с духовным прошлым города. В единичных случаях жители Великого Новгорода называли и иные монастыри, расположенные как в центре города, так и рядом с Великим Новгородом (Десятинный монастырь, Варлаамо-Хутынский монастырь, Антониев монастырь).

Наконец, дух Великого Новгорода, как свидетельствует проведённое исследование, передают улицы Торговой стороны (или улицы Славена конца, как отметил один из респондентов). Наиболее часто респонденты упоминали Ильину улицу, нередко высоко оценивая значимость реконструкции данной исторической части городского пространства для горожан. Немногочисленные интервьюируемые при этом отдельно заметили, что новгородские музеи также играют существенную роль в выражении и трансляции духа города. В частности, в своих ответах новгородцы упоминали Музей-заповедник в стенах Кремля и относящийся к нему, но отмечаемый опрошенными отдельно, музей под открытым небом «Витославицы».

Во-вторых, важное значение для исследования представлений, ассоциаций, образов горожан, на основе которых формируется городская идентичность, имеет выявление тех мест в городском пространстве, с которыми у горожан связаны позитивные эмоции и личностные аспекты переживания города как определённой части «своего города». В связи с этим респондентам был задан вопрос о том, какие места Великого Новгорода горожане любят посещать в свободное время, включая прогулки, а также о причинах выбора именно этих мест города. С одной стороны, большинство горожан упомянули в своих ответах «новгородские набережные Волхова» (тут и далее цитаты респондентов отмечены курсивом), которые новгородцы называли «новыми», «замечательными», «прекрасными», а некоторые из них подчёркивали, что именно набережные Волхова представляют собой «сочетание древности и природы». Реконструкция набережных Волхова в Великом Новгороде стала значимым событием для горожан, что лишь подтвердило эмпирическое исследование. В связи с этим заметим, что ожидаемые с позиции жителей города преобразования городского пространства положительно влияют на укрепление идентичности за счёт появления новых эмоциональных и когнитивных аспектов сопричастности горожан с городом.

С другой стороны, остальные места, указанные в таблице 2, с которыми новгородцы связывают проведение своего свободного времени, аналогичны тем, которые респонденты указали в предыдущем вопросе. Данный факт объясняется привлекательностью и, главное, символичностью данных мест Великого Новгорода для его жителей, поскольку горожане ощущают свою принадлежность к городу именно за счёт уникальных и глубинных смыслов, связанных с богатым культурным наследием города, которые эти места городского пространства воплощают. Многие горожане любят гулять именно в исторических местах, хранящих память города: «люблю гулять в историческом центре, где всё дышит стариной...». Несмотря на это, комментируя свои ответы, респонденты указывали разные мотивы выбора именно этих мест для проведения свободного времени.

Таблица 2. Места Великого Новгорода для отдыха и прогулок

Образы	Доля упоминаний	Цитаты респондентов
Набережные	37%	«Новые набережные – современное видение города»
Кремль	33%	«Вокруг и внутри Кремля – самое исторически нагруженное место, где можно легко почувствовать возраст Новгорода»
«Витославлицы»	29%	«Витославлицы – бываю редко, но место очень нравится»; «архитектура, история, кафе»
Территория старого города	21%	«Старый город – уютный район, приятно гулять»; «атмосферно и спокойно»
Кремлёвский парк	19%	«Кремлёвский парк, спокойно и красиво»
Свято-Юрьев монастырь	17%	«Юрьевский монастырь – тихое, умиротворённое место, уединение с природой, живописные виды на Волхов и его исток»
Ярославово Дворище	13%	«Ильина улица, Ярославово дворище. Люблю гулять в историческом центре, где всё дышит стариной»

В частности, для половины интервьюируемых снова именно Кремль (упомянули в своих ответах 33% опрошенных) и отдельно выделенный новгородцами Кремлёвский парк (упомянули в своих ответах 19% опрошенных) являются значимыми и как места памяти, символизирующие дух города, и как городские пространства, предназначенные для досуга. Кремль и Кремлёвский парк рассматриваются горожанами как живое и материально воплощённое напоминание о древнейшей культуре и истории города, при этом новгородцы нередко отзывались о данных местах как тихих, красивых, спокойных, где особенно приятно провести время и прогуляться. Треть ответивших на указанный вопрос упомянула в своих ответах музей «Витославлицы», который горожане ценят за то, что здесь, говоря словами респондентов, *«чувствуешь связь с предками»*. Кроме того, в этом месте, по словам горожан, ощущается *«приятная атмосфера»*, а также есть все условия и возможности для отдыха, прогулок и проведения досуга, что является немаловажным для жителей Великого Новгорода.

Прогулки по Торговой стороне ценит каждый пятый интервьюируемый, в этом контексте чаще всего упоминается Ильина улица: *«Тихо, мало машин. Очень зелено. Очень хочется, чтобы все улочки старой части города преобразились как улица Ильина»*; *«в качестве пеших прогулок очень нравится улица Ильина, особенно после реновации, выглядит очень гармонично и уютно»*. Культурное наследие новгородских монастырей и храмов, сохраняющее православные традиции и напоминающее об истоках новгородской культуры, по мнению горожан, удачно сочетается с живописностью данных мест, их тихим характером и уединённостью с природой: *«там особенная атмосфера, приятная природа, тихо и спокойно»*; *«Перынский скит (древность, история, архитектура, природа)»*. Сюда же следует отнести и территорию Антоново, которую горожане тоже избирают для прогулок.

Среди маршрутов респонденты, в частности, указали такие, которые начинаются с отмеченных горожанами набережных Волхова и включают в себя места памяти, символизирующие собой дух города: *«набережная от Белой Башни до Новгородской Технической школы – длинный променад в исторической части с красивыми видами»*; *«набережная от Гостиницы “Россия” до Гуманитарного института в Антоново – длинный маршрут с красивыми видами»*. Некоторые жители Великого Новгорода отметили и *«тихие центральные улочки»*, среди которых Предтеченская, Козьмодемьянская, Яковлева, Стратилатовская улицы: *«гулять по валу от Большой Санкт-Петербургской до Великой, по валу от Прусской до Белой башни»*.

Как мы отметили ранее, выбор данных мест для прогулок обусловлен, с одной стороны, их символичностью и нагруженностью культурными смыслами, а с другой стороны, данные места интервьюируемые нередко называли красивыми, тихими и обладающими особой атмосферой: *«красивые пейзажи, сильная энергетика, душевность»*; *«красиво, уютно, чисто»*; *«люблю за красоту и спокойствие вокруг»*; *«очень красивые и воодушевляющие места»*; *«тихо и умиротворяюще»*. Кроме того, весьма логично, что выбор мест для прогулок, как показывают результаты опроса, нередко обусловлен близостью указанных городских локаций к месту проживания самих респондентов: *«близко и рядом вода»*; *«одна из причин моего выбора – рядом*

с домом и удобно добираться». Те места, в которых горожане любят проводить своё свободное время, как правило, расположены не очень далеко от их дома или работы, в них чисто и уютно. Такие места обладают уникальной новгородской атмосферой и напоминают своими пространственными формами про уникальное прошлое Великого Новгорода. Наконец, один из респондентов отметил сам факт позитивного отношения к улицам города (*«мне нравится ходить по улицам нашего города»*), что свидетельствует о сформированной у определённой части горожан причастности к городу за счёт пространственных аспектов.

В-третьих, в ходе проведения структурированного интервью с жителями Великого Новгорода респондентам был задан вопрос о том, какие места города вызывают у них негативные эмоции и почему. Важно отметить, что определённая часть новгородцев весьма позитивно оценивает городское пространство, поскольку в качестве ответа 13% респондентов указали, что таких мест в городе нет. Данный факт свидетельствует о высоком уровне сопричастности данных горожан месту своего проживания и об эмоциональном принятии особенностей городского пространства. Респонденты этой группы отметили, что не могут ответить на этот вопрос, поскольку их всё устраивает, или указали на то, что не могут назвать такие места в городе, которые бы вызывали у них негативный отклик.

Однако, такие ответы, согласно данным, представленным в таблице 3, свойственны лишь небольшой доле опрошенных нами жителей Великого Новгорода. Для остальной части респондентов характерен значительный разброс в ответах: количество мест в городе, которые вызывают негативные ощущения у горожан, и причины, по которым это происходит, достаточно разнообразны. Если рассмотреть итоги исследования исходя из количества упоминаний респондентами названий таких мест, то чаще других новгородцы называли, ссылаясь на различные основания, места в районе улицы Щусева, Западный район и места на улице Большой Санкт-Петербургской, прежде всего, рядом с заводом «Трансвит».

В частности, Западный район жители города упоминали по причине слабого внимания к чистоте и порядку на улицах: *«полусгоревшие руины на Корсунова»; «нечищенные улицы», «дворы в Западном районе, их неухоженность»*, а также указывали иные мотивы, которые вызывают негативное отношение к данному месту города: *«виадук с постоянными пробками», «район с его бетонными панельными многоэтажками»*. У некоторых респондентов отмечается изначально негативное отношение к территории около улицы Щусева как месту, с которым связаны отрицательные ассоциации: *«не люблю район улицы Щусева... депрессивные спальные районы с криминальной репутацией»*. Место города, обозначенное горожанами присутствием завода «Трансвит», сейчас никак не связано с этим предприятием. С точки зрения жителей Великого Новгорода, данный участок улицы Большая Санкт-Петербургская, который находится в центре города, наполнен объектами, которые должны располагаться на городских окраинах: *«ощущение, что то, что ещё должно быть живым центром города, отведено под заводы, склады и гаражи... это удручает, проходить или проезжать мимо неприятно»; «уродливый забор»*.

Таблица 3. Места города, вызывающие негативные эмоции у горожан

Образы	Доля упоминаний	Цитаты респондентов
Отсутствие мест	13%	«Нет таких мест для меня»; «Мне всё нравится»
Район улицы Щусева	8%	«В реновации нуждаются и такие районы, как Щусева»
Западный район	8%	«В основном это Западный район»
Район улицы Большая Санкт-Петербургская	8%	«Некрасивая заброшенная промзона»

Некоторые интервьюируемые отмечали и негативные эмоции по отношению к бесформенным торговым центрам, а также к неухоженности целого ряда городских мест, например, таких, которые связаны с железнодорожными путями: «не хочется тут ходить, грустно»; «нужно как-то её огородить... поставить кафе/магазины/офисы... хотя бы деревья посадить».

Если подойти к рассмотрению данного вопроса исходя из анализа тех факторов, которые вызывают эмоциональное неприятие горожанами определённых мест в городском пространстве, то следует отметить следующие причины негативного отношения жителей Великого Новгорода к таким местам:

- наличие промышленных зон и «недостроев», которые негативно отражаются на облике любого места в городе («некрасивая заброшенная промзона»; «промзоны, как например, в районе ул. Студенческой – Московской»; «заброшенные здания»; «бесконечные заборы заброшенных заводов в центре и рядом... например, бывший завод «Волна»; «недострой рядом с Софийской набережной»);
- устаревшие фасады зданий, которые вызывают уныние у жителей города («обшарпанные фасады зданий»; «они вносят серость в атмосферу нашего города, считаю, что обновление фасадов может улучшить ситуацию, по крайней мере визуально»; «необходимо облагородить фасады»);
- наличие мусора («мне не нравится, что люди мусорят и не выкидывают мусор в мусорку»; «мусорки открытые, свалки несанкционированные»; «несвоевременная уборка мусора»);
- дисгармония в городском пространстве, отсутствие дизайнерских решений, регламентирующих внешний облик исторических и официальных мест города («корабль “Флагман” не вписывается в исторический пейзаж»; «памятники Ленину»; «центральный офис Сбербанка – абсолютно не вписывается в сквер около Малого Театра»);
- необходимость реставрации исторических зданий или памятников культуры («требуют реставрации Церковь Ильи Пророка на Славне, Знаменский Собор и вся архитектурная композиция монастыря находятся в очень плачевном состоянии и требуют срочной реставрации»; «монастырь в Деревяницах разрушается, нет ремонта»).

Весьма разрозненный взгляд опрошенных нами горожан и на иные места в городе, с которыми у некоторых новгородцев связаны негативные ассоциации: ул. Радистов и ул. Германа («*полуразрушенные дома рядом с вокзалом... большинство приезжих на автобусе из Петербурга начинают знакомство с городом с таких видов в окно*»); набережная реки Гзень («*ужасный асфальт*»); микрорайон Ивушки («*много людей, однотипная некрасивая застройка*»); площадь Победы-Софийская («*огромное пустое бесчеловечное пространство, отсутствие согласованности в оформлении контура*»); парк 30-летия Октября («*низкий уровень благоустройства, грязь*»); Кремлёвский парк («*много больных деревьев*»); левый берег Волхова («*неблагоустроенный берег реки Волхов*»); Псковская улица («*плохая организация пешеходной среды и дорожного движения*»). Среди негативных моментов, которые возникают лишь у небольшой части респондентов по отношению к городскому пространству Великого Новгорода, респонденты отметили такие, как граффити на автобусных остановках, плохие дороги, переименование улиц, латиница на вывесках магазинов и кафе, неустроенность спальных районов, газоны-парковки во дворах, небольшое количество зелени в новых районах.

Заключение

В завершении отметим, что один из вопросов интервью касался того, насколько респонденты в целом считают город и его пространство комфортным для жизни. В результате, 83% ответа респондентов содержали положительную оценку, тогда как 17% опрошенных отметили, что город не является комфортным для жизни. В качестве причин этого респонденты называли, в основном, низкий уровень благоустройства ряда городских пространств. Помимо этого, горожане отмечали не только проблемы с общественным транспортом, низкий уровень заработной платы, но и неудовлетворительное состояние памятников, отсутствие решения вопросов, связанных с созданием привлекательного визуального облика городского пространства, а также отсутствие велодорожек и среды для маломобильных горожан. Однако по мнению наиболее многочисленной группы интервьюируемых, Великий Новгород является комфортным для проживания: жители воспринимают город как небольшой, уютный, чистый, зелёный и красивый. Чуть менее значимыми факторами комфортности для горожан являются близость к столицам, безопасность в городе, а также развитая инфраструктура и логистика, наличие в городе пространств для досуга и культурной жизни.

Исследования пространственных аспектов городской идентичности имеют существенный потенциал для городских элит, поскольку могут быть источником принятия решения в рамках приоритетных направлений преобразования городского пространства, а также предоставляют возможности учитывать мнение горожан в данном процессе. Кроме того, результаты исследований могут быть использованы и в ходе реализации проектов по формированию привлекательного образа города, а также стратегий укрепления городской идентичности в каждом конкретном городе.

Библиография

Аванесов, С. С. (2016). Визуальная семиотика города: перспектива исследования городских текстов. *ПРАЕНМА. Проблемы визуальной семиотики*, 4(10), 9–22.

- Аванесов, С. С. (2018). Городское пространство как антропологический феномен. *ПРАЕНМА. Проблемы визуальной семиотики*, 2(16), 10–31.
- Аванесов, С. С., & Федотова, Н. Г. (2022). *Город: в поисках идентичности*. Алетея.
- Анисимова, А. А., & Ечевская, О. Г. (2012). *Сибирская идентичность: предпосылки формирования, контексты актуализации*. Новосибирский государственный университет.
- Горнова, Г. В. (2019). *Городская идентичность: философско-антропологические основания*. Амфора.
- Евстифеев, Р. В. (2019). Локальные идентичности в глобальном мире: особенности городских идентичностей жителей российских исторических городов. В М. Г. Пугачева (ред.), *Пути России. Границы политики*. (с. 161–171). Издательский дом «Дело» РАНХиГС.
- Жердева, Ю. А. (2015). Чувство места как категория социальной памяти. *Международный журнал исследований культуры*, 2(19), 5–11.
- Недосека, Е. В., & Ануфриева, Т. В. (2015). Особенности городской идентичности молодёжи г. Мурманска. *Социология города*, 3, 22–31.
- Оже, М. (2017). *Не-места. Введение в антропологию гипермодерна* (А. Ю. Кононова, пер.). Новое литературное обозрение.
- Озерина, А. А. (2018). Структура городской идентичности волгоградской молодежи. *Logos et Praxis*, 17(3), 90–98.
- Радина, Н. К. (2015). *Город в пространстве и времени: проблемы территориальной идентичности в контексте социально-экономических изменений*. ДЕКОМ.
- Спешилова, Е. И. (2024). Постигание города: от восприятия к воображению. *ПРАЕНМА. Проблемы визуальной семиотики*, 2(40), 103–119.
- Федотова, Н. Г. (2017). Формирование городской идентичности: факторный и институциональный аспекты. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 20(3), 32–49.
- Шуб, М. Л. (2022). Специфика городской идентичности жителей индустриальных городов южного Урала (по материалам массового опроса). *Сфера культуры*, 3(9), 13–20.
- Эллард, К. (2016). *Среда обитания. Как архитектура влияет на наше поведение и самочувствие* (А. Васильева, пер.). Альпина Диджитал.
- Augé, M. (1992). *Non-lieux, introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Seuil.
- Hauge, Å. L. (2007). Identity and place: A critical comparison of three identity theories. *Architectural Science Review*, 50(1), 44–51.
- Hussein, F., Stephens, J., & Tiwari, R. (2020). Cultural memories and sense of place in historic urban landscapes: The case of Masrah Al Salam, the demolished theatre context in Alexandria, Egypt. *Land*, 9(8), 264.
- Lalli, M. (1992). Urban-related identity: Theory, measurement, and empirical findings. *Journal of Environmental Psychology*, 12(4), 285–303.
- Norberg-Schulz, Ch. (1980). *Genius loci, towards a phenomenology of architecture*. Rizzoli.

References

- Anisimova, A. A., & Echevskaya, O. G. (2012). *Siberian identity: Prerequisites of formation, context of actualization*. Novosibirsk State University. (In Russian).
- Augé, M. (1992). *Non-lieux, introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Seuil.

- Augé, M. (1992). *Non-lieux, introduction à une anthropologie de la surmodernité* (A. Yu. Kononova, Trans.). New Literary Observer. (In Russian).
- Avanesov, S. S. (2016). Visual semiotics of cities. Perspective of urban texts studies. *ИПАΞΗΜΑ (Praxema). Journal of Visual Semiotics*, 4(10), 9–22. (In Russian).
- Avanesov, S. S. (2018). Urban space as anthropological phenomenon. *ИПАΞΗΜΑ (Praxema). Journal of Visual Semiotics*, 2(16), 10–31. (In Russian).
- Avanesov, S. S., & Fedotova, N. G. (2022). *City: In search of identity*. Aletheia. (In Russian).
- Ellard, C. (2016). *Places of the heart. The psychogeography of everyday life* (A. Vasilieva, Trans.). Alpina Digital.
- Evstifeev, R. V. (2019). Local identities in the global world: Peculiarities of the urban identities of residents of Russian historical cities. In M. G. Pugacheva (Ed.), *Russia's paths, politics boundaries*. (pp. 161–171). Publishing House “Delo” of RANEPa. (In Russian).
- Fedotova, N. G. (2017). The formation of urban identity: Factorial and institutional aspects. *Journal of Sociology and Social Anthropology*, 20(3), 32–49. (In Russian).
- Gornova, G. V. (2019). *City identity: Philosophical and anthropological foundations*. Amphora. (In Russian).
- Hauge, Å. L. (2007). Identity and place: A critical comparison of three identity theories. *Architectural Science Review*, 50(1), 44–51.
- Hussein, F., Stephens, J., & Tiwari, R. (2020). Cultural memories and sense of place in historic urban landscapes: The case of Masrah Al Salam, the demolished theatre context in Alexandria, Egypt. *Land*, 9(8), 264.
- Lalli, M. (1992). Urban-related identity: Theory, measurement, and empirical findings. *Journal of Environmental Psychology*, 12(4), 285–303.
- Nedoseka, E. V., & Anufrieva, T. V. (2015). Peculiarities of the urban identity of the youth in Murmansk. *Urban Sociology*, 3, 22–31. (In Russian).
- Norberg-Schulz, Ch. (1980). *Genius loci, towards a phenomenology of architecture*. Rizzoli.
- Ozerina, A. A. (2018). The structure of urban identity of the Volgograd youth. *Logos et Praxis*, 17(3), 90–98. (In Russian).
- Radina, N. K. (2015). *City in space and time: Problems of territorial identity in the context of socio-economic changes*. DECOM. (In Russian).
- Shub, M. L. (2022). Specificities of the urban identity of industrial city residents in the southern Urals (based on the materials of a mass survey). *Sphere of Culture*, 3(9), 13–20. (In Russian).
- Speshilova, E. I. (2024). Comprehending the city: From perception to imagination. *ИПАΞΗΜΑ (Praxema). Journal of Visual Semiotics*, 2(40), 103–119. (In Russian).
- Zherdeva, Yu. A. (2015). Sense of place as a concept of social memory. *International Journal of Cultural Research*, 2(19), 5–11. (In Russian).

Информация об авторе

Наталья Геннадьевна Федотова
кандидат философских наук
доцент научно-образовательного центра «Гуманитарная урбанистика»
Новгородский государственный университет
имени Ярослава Мудрого
Российская Федерация, 173003, Великий Новгород, ул. Большая Санкт-Петербургская, 41
ORCID: 0000-0003-4225-3666
Web of Science ResearcherID: AAN-9678-2021
Scopus AuthorID: 557210828722
e-mail: fedotova75@mail.ru

Information about the author

Natalia G. Fedotova
Cand. Sci. (Philosophy)
Associate Professor of the Research and Educational Centre for Humanitarian Urbanistics
Yaroslav-the-Wise Novgorod State University
41, Bolshaya Sankt-Peterburgskaya St.,
Veliky Novgorod, 173003, Russian Federation

ORCID: 0000-0003-4225-3666
Web of Science ResearcherID: AAN-9678-2021
Scopus AuthorID: 557210828722
e-mail: fedotova75@mail.ru

Материал поступил в редакцию / Received 18.09.2024
Принят к публикации / Accepted 24.10.2024