

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

На правах рукописи

Комова Валентина Александровна

**КУЛЬТУРНЫЙ СТАТУС ГОРОДА В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНОЙ
ТРАНСФОРМАЦИИ
(на примере г.Тобольск)**

Специальность 5.7.8 – Философская антропология, философия культуры

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата философских наук

Научный руководитель
доктор философских наук,
доцент Храпова В.А.

Волгоград - 2025

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ	3
ГЛАВА 1. ГОРОД И ЕГО КУЛЬТУРНЫЙ СТАТУС (ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)	
1.1. КОНЦЕПТ «КУЛЬТУРНЫЙ СТАТУС» В СОВРЕМЕННОМ ДИСКУРСИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ	12
1.2. ГОРОД КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН	27
1.3. КУЛЬТУРНЫЙ СТАТУС ГОРОДА	44
ГЛАВА 2. КУЛЬТУРНЫЙ СТАТУС ГОРОДА В АСПЕКТЕ ДИНАМИКИ	
2.1. СТОЛИЦА И ПРОВИНЦИЯ: АМБИВАЛЕНТНОСТЬ КУЛЬТУРНОГО СТАТУСА	72
2.2. КУЛЬТУРНЫЙ СТАТУС РЕГИОНАЛЬНОЙ СТОЛИЦЫ	97
2.3. БРЕНД КАК СПОСОБ ФОРМИРОВАНИЯ КУЛЬТУРНОГО СТАТУСА ГОРОДА.....	130
ЗАКЛЮЧЕНИЕ	152
СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ	154

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования. Сложность, мозаичность и многослойность современной культуры, наличие в ней явных и латентных пластов, а также возрастающая роль конструктивистских начал в ее бытии и функционировании, определяют необходимость специального исследования культурных статусов акторов и иных объектов культуры. Лишь на основе прояснения роли культурных статусов в поле культуры можно не только лучше понять сами феномены культуры, но и гуманизировать и оптимизировать культуротворческий процесс. Изучение культурных статусов способно обогатить философскую теорию культуры, сделать современное видение культуры многомерным, позволит лучше осмыслить процессы культурных инноваций.

Одним из эффектов глобализации является глокализация – усиление локальных образований, обретение ими субъектного статуса, осознание значимости их роли в составе макросоциального целого. Город как пространство максимального сосредоточения человеческих усилий по организации бытия обретает новые культурные функции в глобализирующемся трансформирующемся мире. Прояснение механизмов формирования культурного статуса города значимо для понимания тенденций развития социокультурной реальности в условиях трансформации. Оно определяется необходимостью поиска оптимальных направлений развития как человека, так и локальных социальных пространств в условиях возрастающих рисков.

Если в традиционном и индустриальном обществе культурный статус был задан, предписан, обусловлен господствующей картиной мира и выступал одним из гарантов социальной стабильности поддерживая социальную иерархию, то в современном социальном пространстве специфика культурного статуса обусловлена характером активности, является следствием избранной позиции и может быть сконструирована в зависимости от целей отдельных социальных субъектов и потребностей общества в целом.

Из этого следует актуальность исследования философских оснований процесса социального конструирования, его ценностных ориентаций и технологий, а также места и роли человека в антропогенном социокультурном пространстве.

Степень разработанности. Исследование становления культурного статуса в условиях трансформирующегося поликультурного мира представляется возможным в рамках феноменологического подхода, позволяющего изучать объект в актах непосредственного переживания «здесь-и-сейчас» свершающегося бытия с использованием максимально широкого спектра исследовательских стратегий. Наиболее значимыми на этом пути стали разработки в рамках деятельностного подхода к культуре как стратегии совершенствования, характеризующей человека и общество. Я.Ф.Аскин, Г.Д.Гачев, М.С.Каган, А.В.Костина, Д.С.Лихачев, Э.С.Маркарян, А.А.Пелипенко, А.Я.Флиер описали механизм формирования ресурсообразующего потенциала культуры, показав ее связь с пространственно-временными параметрами.

Раскрывая ценностно-ориентированный характер социальной деятельности, А.С.Ахиезер, Т.И.Заславская, В.Н.Кузнецов, Н.И.Лапин, Ф.И.Минюшев, С.С.Неретина, Г.В.Осипов, Л.Уайт и др. внесли большой вклад в изучение роли субъекта культурного творчества, понимание особенностей его функционирования в условиях социальной трансформации.

Определяющее значение для данной работы имели социологические исследования, главным образом, идеи П.Бурдьё – его видение социальной реальности в аспекте динамики, взаимозависимости субъективного и объективного, а также акцентуация внимания на роли культурного капитала в социальном взаимодействии.

Важная роль в реализации замысла принадлежит также исследованиям повседневности как сферы реализации имманентной жизненной силы, сообщающей смысл (П.Бергер, Г.Гарфинкель, А.Лефевр, Т.Лукман, А.Шюц) и утверждающей порядок посредством осуществления необходимых практик

(З.Бауман, В.Беньямин, Ф.Бродель, А.Ю.Браерская, А.Л.Дроздова, Д.Н.Замятин, Н.Ю.Замятина, Г.Зиммель, А.А.Овсянников, М де Серто, Н.А.Харламов, А.М.Хохлова).

Культурный статус города изучался с опорой на традиционные, ставшие классическими работы отечественных и зарубежных авторов – Н.П.Анциферова, Ф.Котлера, К.Линча, Ч.Лэндри, В.Н.Топорова, а также Г.В.Горновой, Ю.В.Гореловой, Л.Г.Иливицкой, Л.Я.Лурье, О.В.Новиковой, В.М.Россмана, Н.А.Смирнова, Н.Г.Федотовой и др.

Большое значение для оформления замысла диссертационного исследования имели разработки С.В.Пирогова, обосновавшего перспективность феноменологического подхода к изучению городской культуры, а также исследования А.Л.Стризов и В.А.Храповой, посвященные осмыслению концепта «культурный статус» в современном философском дискурсе, некоторые аспекты которых стали программными для диссертационной работы.

Тема взаимоотношений столицы и провинции, потенциала и культурного статуса малых городов раскрыта с опорой на работы М.А.Галактионовой, С.В.Гузениной, М.В.Гуреева, А.М.Карпеева, Н.В.Кузьминой, Е.Г.Милюгиной, А.С.Макарычева, И.Я.Мурзиной, Н.Е.Покровского, В.В.Скоробогачко, Т.О.Санниковой, М.В.Строганова.

Особенности современной инновационной культуры, важные аспекты ее влияния на организацию городского пространства представлены в работах О.В.Андреевой, Л.В.Стародубцевой.

Исследования С.Д.Бакулиной, В.Л. Глазычева, А.А.Гуцалова, Ю.А.Запесоцкого, А.И.Шипицина, Л.В.Щегловой, А.В.Ульяновского позволили обосновать положение о брендинге городов как технологии создания культурного статуса.

Необходимо отметить работы С.С.Аванесова, О.В.Лабуновой, О.А.Лавреновой, А.А.Мусиездова, А.П.Садохина, Н.Н.Сазоновой, Ю.П.Шабаева и др. посвященные изучению отдельных городов, в которых

раскрываются методологические приемы, оказавшиеся эвристичными для данного исследования.

Логика исторической эволюции локального культурного пространства, включающая в себя периоды преемственности культурной традиции и ее отрицание, новации с возможностью решения задач управления архитектурой социального пространства посредством конструирования культурного статуса описывается на примере г.Тобольск. Выбор города обусловлен его культурно-историческими особенностями.

В качестве источников использованы документы Государственного бюджетного учреждения Тюменской области «Государственный архив в г.Тобольске», материалы сайта администрации г.Тобольска.

Несмотря на актуальность и многоплановость исследований города как культурного феномена, тема культурного статуса городов в условиях современной социальной динамики не раскрыта достаточно полно.

Цель исследования – выявление аспектов становления культурного статуса города в условиях современной социальной трансформации. Реализация данной цели предполагает решение следующих **задач**:

- описать составляющие феномена «культурный статус» и дать его определение;
- эксплицировать особенности локального социокультурного пространства как среды формирования и реализации культурного статуса города;
- выявить возможности, место и роль составляющих культурного статуса города в его конституировании;
- раскрыть особенности культурных статусов столичного и провинциального городов в условиях современной социальной трансформации;
- выявить специфику формирования культурного статуса региональной столицы;

– представить возможности бренда в формировании культурного статуса города.

Объект исследования – социокультурный контекст, определяющий формирование, утверждение и содержательное наполнение концепта «культурный статус».

Предмет – тенденции развития культурного статуса города в условия современной социальной динамики.

Теоретико-методологические основания исследования составили труды отечественных и зарубежных авторов, посвященные изучению культуры и города как культурного феномена. В процессе работы привлекались тексты из различных областей знания – теории культуры, философской антропологии, социологии, психологии, семиотики.

Методологической основой диссертации стал социокультурный подход, представленный исследованиями А.С.Ахиезера, Н.И.Лапина, А.Я.Флиера, а также Т.И.Заславской, В.Н.Кузнецова, Ф.И.Минюшева и др., в которых общество рассматривается как единство культуры и социальности, образуемое деятельностью человека. Общий смысл социокультурной методологии, по мнению А.С.Ахиезера, состоит в актуализации способности человека и общества совершенствоваться в процессе организации жизнедеятельности, которая предстает как ценностно обусловленная активность.

Социологический подход (П.Бурдьё, Э.Гидденс, П.Бергер, Т.Лукман) стал важным для осмысления динамической природы социокультурной реальности и роли конструктивистских начал в ее организации.

Для выявления эволюционных особенностей в становлении культурного статуса города использовался принцип историзма.

Необходимая глубина исследования была достигнута благодаря применению методик герменевтического анализа.

Вопросы формирования культурного статуса города в условиях современной социальной динамики рассматривались с применением ситуационного подхода. Фиксация совокупности обстоятельств,

определяющих направленность развития процессов, предполагает видение, свободное от предпосылочного знания и позволяющее обнаруживать новые аспекты организации социальной реальности и возможности управления с учетом выбора субъекта.

Важной особенностью работы является применение феноменологического подхода, предполагающего освоение пути к цели через овладение средствами ее достижения.

Основные положения, выносимые на защиту.

1. Исследование дискурсивного поля концепта «культурный статус» позволяет выявить его составляющие, определяющие становление культурного статуса как феномена: пространство, время, ценности, субъекты. В феноменологическом описании культурный статус предстает как позиция субъекта, определяющая меру его влияния на организацию социокультурного порядка.

2. Город как культурный феномен представляет собой одну из форм организации пространства воспроизводства и развития культурных статусов. Ее специфика заключается в высокой концентрации артефактов культуры и коммуникативного опыта, интенсификации культурной жизни, многоплановости моделей поведения и жизненных стратегий. Все это обеспечивает эффективное влияние культурного капитала общества, авторитет и силу культурной традиции.

3. Ключевая роль в конституировании статуса принадлежит субъектам культуры с их творческим потенциалом, воплощенным в их ценностно-целевых ориентациях. Этот потенциал реализуется через технологии, обеспечивающие признание культурного статуса, доверие к нему, а также культурный капитал, который им транслируется. Под действием этих технологий происходит реконфигурация (гармонизация) культурного пространства и разрешаются противоречия и конфликты, возникающие в ходе социальных трансформаций.

4. Культурные статусы столицы и провинции амбивалентны: столица и провинция могут противостоять друг другу как центр и периферия, дополнять друг друга как ядро и защитный пояс, осуществлять инверсию культурных позиций. В условиях открытого, непредопределенного характера социальной трансформации провинция может обретать уникальный культурный статус, быть источником уникальных ресурсов и универсальной символики, признаваемых целостностью большего масштаба.

5. Феномен региональной столицы демонстрирует потенциал культурной глокализации, с одной стороны, поддерживающей глобальные тенденции, с другой – творчески обновляющей локальную повседневность культуры. Территориальная обусловленность и антропологические истоки в основании региональной культуры делают ее уникальным контекстом, в котором экологические ниши приватности сосуществуют с публичными мирами творчества и самовыражения. Это позволяет оптимизировать жизнь человека и общества в условиях экзистенциальных перегрузок трансформирующейся реальности.

6. Бренд как репрезентация уникального утилитарно направленного потенциала города является технологией создания культурного статуса. Его демонстрация как мобилизующего нарратива, лозунга, символа аккумулирует тенденции развития современной культуры, ее экономическую и технологическую целесообразность, духовно-творческий потенциал, научно-философскую обоснованность и массовые практики участия. Способность соединять смыслы и значения материальной и духовной культуры, культуры повседневности и официальных публичных пространств позволяет бренду обеспечивать культурную целостность и противостоять рискам нигилизма и цивилизационных разрывов, неизбежных в условиях трансформации.

Новизна работы состоит в следующем:

– предложено понимание культурного статуса не как места в иерархии артефактов культуры, а как позиции в пространстве, определяющей меру

влияния на организацию социокультурной среды и мобилизацию креативного потенциала культуры;

- показана связь коммуникативных и символических особенностей городского пространства с авторитетом и силой культурных традиций, воплощенных в его культурном статусе;
- описан механизм действия технологий (поддержание доверия, обеспечение признания, освоение культурного капитала), обеспечивающих оптимизацию и гармонизацию социокультурного пространства;
- установлен амбивалентный характер культурного потенциала столицы и провинции в условиях современной социальной динамики;
- исследован культурный статус региональной столицы, совмещающей столичные установки интеграции и рационализации с укреплением самобытности, локального своеобразия провинции;
- выявлена роль брендинга как технологии создания культурного статуса.

Теоретическая значимость работы заключается в экспликации эвристических возможностей определения культурного статуса для локальных сегментов мозаичной культуры, выявления содержания локальной идентичности, осмысления феномена малой родины и ее смысложизненного потенциала.

Практическое значение работы заключается в возможности использовать ее результаты при подготовке лекционных курсов по философии культуры, культурной антропологии, для разработки специальных курсов, посвященных философии города и человека в городском пространстве. Концепция культурного статуса может быть теоретической рамкой для конкретных эмпирических социокультурных программ и проектов.

Апробация результатов исследования. Основные положения работы обсуждались на научно-практических конференциях международного и всероссийского уровня, в том числе: Международной научно-практической конференции «Современная онтология - XII: онтология как системное знание о мире в его единстве» (Санкт-Петербург, ГУАП, 23-27 июня 2025г.);

Международной научно-практической конференции «Духовно-нравственное и патриотическое воспитание молодежи: опыт, перспективы развития» (Ростов-на-Дону, ДГТУ, 30 мая 2024 г.); Международной научно-практической конференции «Культура, искусство, образование: технологии будущего» (Волгоград, Волгоградская государственная консерватория им. П.А. Серебрякова, 28 февраля 2024 г.); Международной научной конференции «Номо urbanus: человек в городской среде» (Москва, ИНИОН РАН, 23-24 мая 2023 года); Международной научно-практической конференции «Культура, искусство, образование: диалоги о «Русском мире» (Волгоград, ВолГУ, 2023г.); VIII Международной научно-практической конференции «Приоритетные направления развития науки и образования» (Чебоксары, ЦНС «Интерактив плюс», 29 января 2016 г.); IV Всероссийской научно-практической конференции «Культура, наука, образование: проблемы и перспективы» (Нижевартовск, НВГУ, 12–13 февраля 2015 г.), Всероссийской научной конференция с международным участием «Культура как вид человеческого бытия и познания», посвященной 70-летию доктора философских наук, профессора Полищука В.И. (г. Ишим, филиал ТюмГУ, 6 июля 2015г.). Основные результаты диссертационного исследования отражены в 16 публикациях, в том числе в изданиях перечня ВАК РФ – 7 статей.

Структура и объем работы. Диссертационное исследование состоит из введения, двух глав (каждая из которых включает в себя три параграфа), заключения и списка использованной литературы. Общий объем работы – 175 страниц

ГЛАВА 1. ГОРОД И ЕГО КУЛЬТУРНЫЙ СТАТУС (ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

1.1. КОНЦЕПТ «КУЛЬТУРНЫЙ СТАТУС» В СОВРЕМЕННОМ ДИСКУРСИВНОМ ПРОСТРАНСТВЕ

Современное исследовательское поле расширяется за счет новых подходов, методов, понятий, концептов, которые ранее находились на периферии научного поиска, но неявным образом указывали на существование нераскрытых сторон жизнедеятельности человека и общества, возможности обретения значимых смыслов, ресурсы процесса познания. Одним из таких концептов является «культурный статус», широко используемый в современной научной литературе в связи с изучением конкретных культурных феноменов, но не получивший содержательной интерпретации.

Для начала определимся, какие исследовательские интенции мы имеем в виду, делая предметом анализа концепт. В самом общем плане концепт – то, что позволяет выявить главное на определенном этапе, некий конструкт, образ, который содержит уже некоторое знание, не отрефлексированное в научном дискурсе, коррелирующее с природой бессознательного (непроявленного), но уже присутствующее и значащее. Концепт – продуктивная интуиция субъекта, позволяющая вычленить значимое содержание из неоформленного опыта, ментального поля, культурного контекста и интегрировать ее в языковую среду. Это инновационная идея, образно выраженная, заряженная на передачу импульса ее осмысления, содержащая созидательный смысл. Обращаясь к исследованию концепта «культурный статус», мы имеем целью приблизиться к пониманию процессов, организующих современное социокультурное пространство, доминирующих тенденций его развития, а также осмыслить возможности субъекта культурного творчества в условиях современной социальной динамики.

В условиях трансформации всех сфер жизни человека и общества, когда устоявшиеся методы исследования реальности обнаруживают свою дисфункцию, одним из наиболее эвристичных представляется феноменологический подход, позволяющий осуществлять поиск знания в «здесь-и-сейчас» сложившихся обстоятельствах, в соответствии с познавательными задачами субъекта без обязательного следования определенной исследовательской парадигме. Феноменологическая установка на непосредственное созерцание со сосредоточением внимания на акте (переживании) сознания, восприимчивое проникновение, концентрация приводят к интуитивному постижению, максимальной ясности и отчетливости видения объекта с дальнейшим установлением различий и сопоставлением с целью выбора аспектов и параметров, адекватно характеризующих объект и способствующих эффективности исследовательского процесса. Универсальной и наиболее простой составляющей феноменологического подхода является аналогия, теоретические основания которой базируются на принципе единства мира, единства природы и ее законов, принципах всеобщей связи, подобия, изоморфизма и универсальности законов строения и развития. Аналогия исходит из посылки: если некоторые признаки двух объектов подобны, то должны быть подобны и остальные признаки. Это поиск, основанный на сравнении исследуемого объекта со схожими по содержанию, форме, функциям хорошо изученными объектами и системами.

В общественных науках широко используется понятие «социальный статус» (от лат. status – состояние, положение). Многочисленные словари, энциклопедии, справочники раскрывают его разветвленную семантику: «статус – положение, занимаемое человеком в социальной группе и сопрягаемое с совокупностью прав и обязанностей (социальная роль), которая принимается им»¹. Статус – место, определяемое характеристиками субъекта, которые обуславливают его функции, роли, возможности в социальном пространстве. Признаки подобия, образующие структуру семантики

¹ Неретина С. С. Статус // Новая философская энциклопедия: в 4 т. Т. 3: Н-С. М., 2001. С. 637.

концептов «социальный статус» и «культурный статус» позволяют применить к анализу концепта «культурный статус» ту же исследовательскую парадигму. Итак, статус – место субъекта в определенной иерархии, являющейся основой некоторого порядка.

Человек нуждается в порядке, ему свойственно преодолевать неорганизованность окружающего пространства. Он организует пространство в соответствии с видением порядка, который существует в его сознании. Порядок как следствие определенной организации сознания не существует как данность, а формируется в процессе созерцания внешних форм мира. Об этом писал Г. Гачев, когда обосновывал свою концепцию «Космо-Психо-Логоса»: «тип местной природы, характер человека и национальный ум находятся во взаимном соответствии и дополнительности»¹.

Пространство и время – главные и универсальные предпосылки восприятия и мышления. Первоначально органы чувств адаптируются к внешнему миру активизируясь и настраиваясь. Так формируется определенный тип восприятия. Затем происходит выделение, дифференциация и организация структурных элементов и связей. Когда субъективное восприятие и особые установки сознания позволяют эффективно решать вставшие перед человеком проблемы, формируются ценности. Далее развивается способность находить решения не конкретных частных проблем, но целых классов проблем. Ценности закрепляются в социальной памяти, определяют идентичность, задают параметры жизнедеятельности. Эти ценности становятся нормой для последующих поколений, способствуют созданию определенного социального порядка. С представлений о высших, сакральных ценностях начинается культура.²

Как заметил А.Я. Флиер, социально-функциональная амбивалентность культуры породила богатую палитру дефиниций, определяющих ее сущность

¹ Гачев Г. Д. Космо-Психо-Логос. Национальные образы мира. М.: Академический проект, 2007. С. 6.

² Конев В. А. Онтология культуры: (избранные работы). Самара: Изд-во Самар. ун-та, 1998.

в различных ракурсах и с позиций выделения тех или иных ее функций¹. Для данного исследования наиболее подходящим представляется определение, данное А.Я.Флиером и А.В. Костиной: «Культура – это исторически выработанный порядок устойчивых взаимоотношений между людьми в связи с их коллективным существованием в имеющихся природных и исторических условиях, а также совокупность продуктов, идей, структур и технологий, порожденных в процессе этих взаимоотношений»².

П.Бурдьё, осуществив синтез классических социологических теорий, предложил описание процессов становления, утверждения, развития социального, отвечающее условиям современной социальной динамики³. С точки зрения П. Бурдьё, социальное пространство – не что иное как отношения между позициями индивидуальных и коллективных агентов, обладающих активными свойствами. Активные свойства (капитал, положенный в основу построения социального пространства в теории Бурдьё) – мера силы и власти, которой наделён агент. Сила и власть сообщают устойчивость, их мера определяет статус в системе отношений. Сила имеет не субстанциальную природу, она рождается столкновением различий, проявляется в действии (практиках). Это есть капитал, который накапливается во взаимодействии. Позиция агента в социальном пространстве определяется структурой сил, которые ему удалось обрести⁴.

Генезис социальной действительности П. Бурдьё описал следующим образом: существуют объективные (не зависящие от воли и сознания людей) структуры, которые решающим образом воздействуют на практики, восприятие и мышление. Вместе с тем, агентам имманентно присуща активность, они являются источниками непрерывных воздействий на социальную действительность. Социальные структуры обуславливают

¹ Костина А. В., Флиер А. Я. Три типа культуры – три функциональные стратегии жизнедеятельности // Вестник Челябинской академии культуры и искусства. 2009. № 2 (18). С. 23–36.

² Там же. С. 26.

³ Бурдьё П. Социология социального пространства. М.: Институт экспериментальной социологии ; СПб. : Алетейя, 2005.

⁴ Бурдьё П. Различение: социальная критика суждения // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики. М.: РОССПЭН, 2004. С. 25–48.

характер практик и особенности представлений агентов, но агенты производят практики и тем самым воспроизводят или преобразуют структуры¹. Таким образом, социальное пространство предстает как «поле сил и как поле борьбы, внутри которого агенты противостоят друг другу со своими средствами и целями, различающимися в зависимости от их позиции в структуре поля сил»². Агенты (индивидуальные или групповые) определяются их позициями, характеризующимися мерой власти и влияния.

Поле описывается через устойчивые инварианты практик. Фиксируемые феноменологически практики предстают как ансамбль отношений, проявляющийся в виде структуры, меняющейся в зависимости от позиции и установок исследователя. «Социальное пространство» конструируется каждый раз в зависимости от целей и средств исследования.

Главным мотивом поведения человека Бурдьё считал «жажду достоинства», которая может быть удовлетворена только социально: социальные структуры наделяют человека именем, позицией, ставят перед ним определенные задачи, решая которые человек достигает фундаментальной экзистенциальной цели – социального признания. Стремление к признанию становится источником бесконечной конкуренции, делающей общество динамичным. Поиск смысла превращается в стремление к власти через обретение капитала – ресурса, обеспечивающего продуктивность реализации субъекта (агента социальной активности). В теоретической системе Бурдьё статус – не просто место в социальной иерархии с заданными ролями и строго регламентированными функциями, а социальная позиция, которая обладает некоторой степенью автономности и позволяет осуществлять выбор, принимать решения.

П.Бурдьё был одним из первых исследователей, который подчеркивал роль культуры как капитала, определяющего меру влияния в социальном пространстве.

¹ Бурдьё П. Социология социального пространства...

² Бурдьё П. Социальное пространство: поля и практики. СПб. : Алетейя, 2007.

Культура, как известно, выполняет адаптивно-приспособительную функцию в социальной системе, обусловленную адаптивной природой деятельности. С точки зрения одного из представителей деятельностного подхода Э.С.Маркаряна, определяя феномен культуры следует учитывать «диалектику ситуационных превращений, при которых результат деятельности постоянно трансформируется в ее средство...»¹. То есть феноменом культуры может быть только такой результат деятельности, который используется в качестве ее средства и механизма, т.е. в своей технологической функции. Фундаментальное значение деятельности, по мнению Маркаряна, состоит в повышении жизнеспособности социума: «...деятельность, как бы мы ее не определяли, – это активность, направленная в конечном счете на самосохранение живых систем...»². Поэтому результаты деятельности, сыгравшие жизненно важную роль в процессе адаптации социума к внешней среде, обретают ценностное значение и образуют ценностное ядро культуры, ее духовное содержание.

Духовность – это атрибутивное качество, определяющее состояние человека как субъекта культурного творчества. Эвристичной представляется концепция духовности, предложенная А. Л. Киселевым и Н. Л. Мухелишвили, по мнению которых «условием выживания человека и социума является динамическая включенность самоопределяющегося субъекта в иерархическую систему бесконечной сложности и его открытость действующим в ней законам восходящей и нисходящей причинности»³. Такая способность предполагает онтологическую осведомленность человека (умение понимать происходящее, разбираться в законах мироустройства, адекватно реагировать на внешние воздействия и внутренние импульсы). Исследователи определяют духовность как онтологическую осведомленность. Психологи Д.А. Леонтьев и Л. А. Карпенко трактуют духовность как «высший

¹ Маркарян Э. С. Проблемы целостной характеристики предмета истории культуры // История СССР. 1979. № 6. С. 21.

² Там же. С. 35.

³ Киселев А. Л., Мухелишвили Н. Л. Непрямая коммуникация в передаче духовной традиции // Системные исследования. Методологические проблемы: ежегодник. М., 2001. С. 39.

уровень развития и саморегуляции зрелой личности, на котором основными мотивационно-смысловыми регуляторами жизнедеятельности становятся высшие человеческие ценности»¹. Исследователи поясняют, что «общим для многих подходов исследования духовности является признание ее связи с надындивидуальными смыслами и ценностями, божественными или космическими силами. Духовность является не «структурирующей структурой», а, наряду со свободой и ответственностью, способом существования человека. Человек перестает быть изолированным индивидом, решающим эгоцентрические задачи эффективной адаптации к среде, и подключается к созидательной энергии надындивидуальных общностей или высших сил, выходя за свои собственные пределы и открываясь взаимодействию с миром на новом уровне»². Духовность выступает предпосылкой личностной свободы и автономии через ориентацию на широкий спектр надындивидуальных ценностей, способствующих выживанию в сложных условиях и переходу на новые бытийные уровни. Это свойство, определяющее возможности адаптации в ситуациях преодоления противоречий, кризисов, предполагающих обретение новых экзистенциальных состояний и онтологических позиций. Духовная составляющая результатов культурного творчества определяет культурный статус субъекта.

Таким образом, культура несет в себе возможность совершенствования, преодоления онтологических противоречий и обретения новых жизнеутверждающих смыслов. В ценностных смыслах, которые формируются в конкретных пространственно-временных условиях, предопределяют характер деятельности и обеспечивают развитие человека и общества, состоит назначение культуры, ее ресурсообразующие функции, определяющие роль культуры как капитала, влияющего на статус субъекта в социальном пространстве.

¹ Леонтьев Д. А., Петровский А. В. Духовность Психологический лексикон: энциклопедический словарь в шести томах. Т. 1. – М., 2005. С. 37–38.

² Там же.

Если социальный статус отражает место человека в социальной иерархии, позицию в пространстве социальных отношений, культурный включает в себя гораздо более широкий диапазон параметров, укорененных в повседневной жизни людей, разноплановом опыте связей и отношений, обретающем ценностное значение. Определение «культурный» характеризует пространственно-временные координаты, контекст, в котором происходило формирование феноменов культуры, а также ценностное значение, определяющее характер регуляции, управления. Культурный статус отражает положение его носителя в пространственно-временном континууме и контексте ценностей, норм, отношений, его онтологическую позицию.

Социальный порядок возникает раньше культурного - для селекции и осмысления опыта и превращения его в стратегически значимый ресурс нужно время.

Широко распространена историческая типология культур как порядков, соответствующих стадиям развития общества - доиндустриальной, индустриальной, постиндустриальной.

Доиндустриальные архаичные общества ориентированы на сохранение традиций, аккумулирующих опыт первоначального жизнеустройства – приспособления к природе, познания ее незыблемой силы и мудрости. Следствие этого – устойчивость быта, психологии, хозяйственного уклада, форм социальной организации. Социальная иерархия является продолжением представлений о естественным образом складывающемся и сакрализованном порядке. Индивид включен в общественную систему и подчинен ее интересам. Ранговые, сословные, кастовые различия, определяющие ценность человека, его статус, устойчивы, прочно закреплены в менталитете людей и не пересматриваются.

Научно-технический прогресс способствовал существенной трансформации коллективной жизни. Индустриальные общества с высоким уровнем развития промышленного производства восприимчивы к новациям и динамичны. В них возрастает роль и престиж интеллектуального труда,

образования, творчества. Мышление и язык обретают более абстрактный характер, усложняется сознание. Либеральное отношение общества к отклоняющемуся от традиционного мышлению и поведению становится предпосылкой для реорганизации социального порядка: происходят демократические преобразования, выстраиваются и законодательно закрепляются новые социальные иерархии. Традиционные связи ослабляются, меняется шкала жизненных ценностей, среди которых утверждается право личности на свободу и независимость. Становится возможной и получает активную общественную поддержку социальная мобильность.

В постиндустриальном обществе ведущие позиции занимает интеллектуальное производство. Приоритетные технологии ориентированы на компетентного потребителя, формирующего свою жизнь в глобализирующемся мире. Решение задач цивилизационного уровня требует изменения базовых ценностей. Культура основывается на принципах плюрализма, который распространяется на все сферы жизни. В зарождающихся в новом жизненном контексте социальных структурах появляются роли и статусы, отвечающие современным условиям. Идентичность обретает гибкие формы, становится стратегией организации жизненного пространства личности и общества. Статус - не привилегия, а выработанная позиция, результат принятых решений.

Культурная специфика характеризует определенный стиль, особенности организации порядка, сложившиеся в обществе на определенном этапе развития. Этот стиль проявляется в материальных феноменах, менталитете людей, моделях их поведения, специфике отношений, языке. Культурный – значит специфический характер порядка. Статус - мера порядка, вносимого в окружающее пространство. Этот порядок зависит от того, как человек ощущает взаимообусловленность мира, какие устанавливает связи. Культурный статус фиксирует специфику отношения к миру и место, роль, функции в иерархии отношений, определяется тем, как и в какой мере эти роли и функции выполняются субъектом культурогенеза или объектом. Статус

зависит от того, что этот объект решает как объект культурный – как смысл, стимулирующий развитие, как ценность, регулирующая поведение.

В культуре заложен механизм трансляции социально значимого опыта, ценностей и смыслов в знаково-символической форме. Знаково-символический характер обеспечивает возможность коммуникации, интерпретацию. Культура «...в чистом виде предполагает наличие традиций (как результат аккумуляции значимых для человечества смыслов) и новаций (как процесс диффузного обновления и переосмысления существующего опыта) определенного количества людей, объединенных в исторически сложившуюся общность», - пишет Е.В.Фомина¹. Любая культура существует благодаря интерпретации, содержит в себе традиции и новации, но соотношение их разное. В архаичных, стремящихся к самосохранению обществах ценности устойчивы, социальные структуры стабильны, преобладают традиционные формы жизнедеятельности. Элитарная культура, нацеленная на развитие, обладает мощным творческим потенциалом – как-бы вырастая из традиции, она расширяет диапазон мысли и действия, предполагает свободу в создании новых бытийных форм. Задача массовой культуры – сохранение социальной целостности, осуществление связи. Самосохранение в условиях социальной трансформации предполагает установление баланса традиций и новаций, координацию разнонаправленных потоков.

В любом обществе присутствует иерархия статусов, которая является основой его стратификации. Каждому статусу соответствует совокупность прав, предписывающих диапазон активности его носителя. Социальный статус – это позиция в социальной структуре, связанная с другими позициями через систему прав и обязанностей, а также соответствующая степень ответственности (ответственность здесь выступает как элемент механизма воспроизводства порядка, необходимого для самосохранения социальной системы). Культурный статус – онтологическая ситуация, характеризующая

¹ Фомина Е. В. Онтологический статус «культурного» // Омский научный вестник. 2010. № 4. С. 78–81.

меру активности по созданию порядка, определяемого спецификой ценностей, обуславливающих жизненную стратегию субъекта культурного творчества на данном этапе развития, мера регуляции, управления.

Научные изыскания, проводимые в близком для нашего исследования поле, показывают, что применение понятия «культурный статус» в философии базируется прежде всего на категории меры – единстве количественных и качественных характеристик изучаемого объекта: «Методологическим основанием исследования статуса является «качество-количество-мера»¹. Опираясь на это, определим какой набор качественных и количественных характеристик объекта следует анализировать для формирования наиболее полного представления о его культурном статусе. Наша гипотеза состоит в том, что для определения феномена «культурный статус» необходимо исследовать пространственно-временные, ценностные, субъектные факторы.

1. Пространство – начальный импульс и атрибут культуры. Смыслообразующие функции культуры определяются ее пространственными характеристиками. Объект, являясь продуктом истории, отражает культуру того или иного времени. Время «застывает» в объекте, как годовые кольца на срезе ствола дерева. «Все в мире – от молекулы и камня до живого существа - имеет свои «годовые кольца»². Сочетание накопленных характеристик - «переработанное» и аккумулярованное время – уникально для каждого объекта. Фактор времени неразрывно связан с пространственным фактором.

2. Ценностный фактор, характеризующий наиболее значимые конституирующие параметры культуры, тесно связан с фактором пространственно-временным.

3. В определении культурного статуса чрезвычайно актуальной является его субъектная составляющая. Характеристики культурного статуса объекта всегда связана с жизнедеятельностью людей. О культурном статусе объекта

¹ Петров Ю. П. Социокультурный статус работников торговли: автореф. дис. ... канд. социол. наук. Белгород, 1995. 25 с.

² Аскин Я. Ф. Проблема времени. Ее философское истолкование. М.: Мысль, 1966, С. 87.

культурного творчества можно говорить тогда, когда в нем содержится потенциал актуализации процессов производства, потребления, сохранения и развития ценностей, определяющих характер отношений и их качество, когда феномен культуры проявляется как символ, стимулирующий развитие, как ценность, регулирующая поведение.

Человек как носитель рации в актах познания и практики приближается к истине, которая имеет психологические, эпистемологические, онтологические уровни. На каждом этапе развития он выполняет определенную роль «модернизируя» когнитивные средства. Аттрактор мобилизации когнитивных ресурсов использует для эффективного решения проблем деятельность гибкого субъекта, обучающегося действовать в социокультурном языковом пространстве. Феноменологический метод позволяет осваивать дискурсивное пространство в движении от жизненного к рациональному, теоретически и логически выверенному, способному стать надежным руководством в плане организации бытия человека и общества.

В ходе познавательной деятельности человека формируется концептосфера. Отражая процесс порождения, хранения и передачи (трансляции) знаний – как когнитивное образование, концептосфера выполняет функции эпистемологического медиатора, раскрывая особенности влияния человека или группы людей на поведение или мышление других общностей и групп, посредством нематериальных средств - «мягкой силы». В результирующей стадии формирования концептосфера становится инструментом познания для последующих поколений и неотъемлемой частью картины мира человека, тем самым обнаруживая антропогенный потенциал. Концепт «культурный статус» – культурный конструкт, раскрывающий специфику бытия социума на разных этапах его развития, константа, в которую заложен фрагмент картины мира с ее ключевыми составляющими, аккумулятор инновационных идей, содержащих созидательный смысл.

Описывая дискурсивное поле, в котором происходит становление концепта «культурный статус», мы установили направленность его осмысления в современном исследовательском пространстве. Используя феноменологический подход, мы совершили попытку определения культурного статуса, выявления основных факторов, влияющих на его формирование как феномена. Такой подход представляется нам унифицированным, приемлемым для анализа культурного статуса любого объекта, субъекта или процесса, и в тоже время открытым для научного поиска.

Важнейшими тенденциями, сопровождающими современную социальную трансформацию, являются информационно-техническая революция и глобализация.

Информационная революция, проявляющая себя в развитии высоких технологий как в самой науке как отрасли достижения знаний, так и в процессах их обработки и трансляции, способствует значительной рационализации и технологизации жизни в целом. Усиливающаяся роль интернета в организации социальных связей значительно меняет ощущение времени и пространства. Быстрая смена событий, виртуализация способствуют активизации генерирующих способностей субъекта. Активное воображение, креативность и конструктивизм делают роль субъекта культурного творчества определяющей.

В условиях дискомфорта, связанного с социальной трансформацией, общество ищет пути поиска оптимизации социальных отношений, развивающихся в новом контексте. Следствием этого становится обновление ключевых терминов, концептов и символов, иногда приобретение прежними понятиями нового смысла, и – переход общественного субъекта в новообозначенный социум с вытекающим изменением социальных ролей, статусов, принципов социальной справедливости и др. В соответствии с моделью А.С. Ахиезера, общество, ощутившее дискомфорт в условиях постиндустриализации и глобализации, адаптируется восстанавливая

самоидентичность через смену идеала, то есть новое видение реальности. Этот процесс сопровождается: 1) артикуляцией, легитимизацией или переформулированием идей, возникновением или исчезновением идеологий, убеждений, доктрин и теорий; 2) пересмотром норм, ценностей, правил или отказом от них; возникновением и исчезновением этических и правовых кодов и систем; 3) созданием и дифференциацией каналов взаимодействия; возникновением или исчезновением групп, кругов общения и личностных сетей; 4) кристаллизацией, утверждением и перегруппировкой возможностей, интересов, жизненных перспектив, подъемом и падением статусов, рассредоточением и упорядочиванием социальной иерархии¹. Связующим компонентом здесь выступает социальный субъект, который синхронизирует все эти процессы через собственное трансцендирование, объективацию и организацию социальной реальности с новыми ключевыми параметрами.

Трансформация – не просто изменение содержания и функций социальных институтов, но и предпосылка оптимизации самих изменений, заданная мера изменений в рамках которой идет выбор существенного и перспективного, происходит адаптация общества к изменениям через формирование целей, проектов, программ, технологий, разрешение противоречий. Очевидна зависимость сути социальных трансформаций от изменений образа и статуса субъекта, установок, самосознания и самоидентичности.

Масштаб и глубина социальных преобразований приводят к усложнению социального пространства: изменяется социальная структура, изменяются критерии выделения социальных групп, категории оценки их деятельности. Все это способствует изменению образа мира, усложнению социального взаимодействия, возникновению ситуации неопределенности. В условиях, когда не определены основания будущего, возникает риск попадания в опасные ситуации, угрожающие существованию человека. Вместе с тем,

¹ Ахиезер А. С. Философские основания социокультурной теории и методологии // Вопросы философии. 2000. № 9. С. 29–45.

трансформация, творчество проектирование как формы реализации субъекта ведут к снятию многих деструктивных моментов через процесс трансцендирования.

В поиске своей идентичности человек сталкивается с рядом препятствий, прежде всего, трудностью принятия решений из-за невозможности контроля над ними, невозможностью создания устойчивого прогноза и осознания усиливающейся ответственности. Утрата смысла прежних форм идентификации сопровождается поиском новых смыслов, способствующих адекватной адаптации в изменяющемся мире. Об этом писал З.Бауман: «проблема, мучающая людей на исходе века, состоит не столько в том, как обрести избранную идентичность и заставить окружающих признать ее, сколько в том, какую идентичность выбрать и как суметь вовремя сделать другой выбор, если ранее избранная идентичность потеряет ценность или лишится ее соблазнительных черт»¹. В современных условиях, когда меняется характер пространства, локальные ценности утрачивают свое значение, а новые практики требуют новых регулятивов, идентичность становится плавающим проектом.

Вектор трансформации определяется характером активности и самоопределения субъектов, их свободы, направленной на освоение реальности через осуществление функций, ролей, интересов, стремление повысить свой статус в обществе. В этом процессе происходит объективация новых смыслов. Социальное пространство формируется в результате конкуренции, борьбы за право представлять свой набор объективаций, свою символику и видение реальности. Так реализуется принцип смены центрирования: ведущую роль одних субъектов перехватывают другие, оказывающиеся носителями новых возможностей, открывающих для общества перспективы позитивных изменений. Если в традиционной культуре культурный статус приписан и передается по наследству, в современной культуре, в культуре модерна, культурный статус – результат освоения

¹ Бауман З. Индивидуализированное общество. М.: Логос, 2005. С. 117.

пространства и ощущения, понимания, интерпретации времени. Социальная трансформация предполагает постоянную коррекцию социального статуса субъекта. Статус становится пластичным конструктом. В сетевом обществе он конструируется стихийно: мы имеем дело с конструктом субъекта и продуктом цивилизации. Обретенный статус всегда нуждается в подкреплении, подтверждении, но мера активности, конструктивизма в современном обществе принципиально иная, чем в традиционном.

В заключении данного параграфа отметим, что мы исследовали дискурсивное поле, в котором раскрывается семантика концепта «культурный статус», используя феноменологический подход, который предполагает освоение пути к цели через овладение средствами ее достижения. Мы совершили попытку осмысления, выявления и определения основных аспектов, влияющих на формирование этого концепта. Концепт «культурный статус» раскрывает особенности бытия социума на разных этапах его развития, фиксирует специфику отношения к миру, функции в иерархии отношений, а также отражает ключевые составляющие картины мира. Исследование темы культурного статуса позволяет определить положение его носителя в пространственно-временном континууме в контексте актуальных ценностей, норм и отношений. В настоящее время культурный статус напрямую связан с процессами социальной трансформации: создается стихийно, подвижен и нуждается в постоянном подтверждении и актуализации.

1.2. ГОРОД КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН

Исторически город зарождается как ограниченное, выделенное людьми из естественной, природной среды пространство. «Город – это искусственная форма поселения людей, устойчивая и развивающаяся на протяжении всей истории развития человеческой цивилизации. Как «вторая природа» он

представляет собой антропогенный ландшафт, измененную специфически человеческой активностью природную среду. В городе даже первоэлементы материи: земля, вода, огонь и воздух претерпевают определенные метаморфозы и приобретают дополнительные смыслы и значения»¹. Город представляет собой сложное комплексное образование, сформированное взаимодействиями и взаимовлияниями природной, техногенной и социальной среды².

Как известно, Ф. Бродель выделял три типа городского пространства: открытый город Древнего мира, все еще являющийся органической частью окружающей среды, закрытый город Средневековья, в котором главную роль играют стены, и современный город, встроенный в структуру государства³. Каждому типу свойственны свои формы жизнедеятельности, социальной организации и специфическое мировосприятие горожан. Вместе с тем существует общая специфика города как среды обитания. Став оппозицией адаптированным к естественной среде обитания деревенским селениям, где существование человека напрямую зависело от использования природных ресурсов, город оказывается центром выработки принципиально иных ресурсов и их концентрации⁴.

Существенным признаком городской среды является антиномичность. Географически ограниченное городское пространство принципиально открыто: притоку новых людей, событий, технологий. Многочисленные транспортные магистрали, с одной стороны, позволяют преодолевать пространство и сокращать время, с другой – общая динамика жизни, интенсификация всех процессов ведет к дефициту времени, экзистенциальной усталости, способствует появлению неухоженных, заброшенных, лишенных заботы фрагментов жизненного и городского пространства. Большая

¹ Горнова Г. В. Понятие «Город» в аспекте философии культуры // Гуманитарные исследования. 2013. № 1. С. 21.

² Горнова Г. В. Философия города. М. : ФОРУМ, ИНФРА-М. 2014.

³ Бродель Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. Т. 1. Структуры повседневности: возможное и невозможное. М. : Весь мир, 2007. 479 с.

⁴ Новикова О. В. Философия города: к проблеме человекомерности городского пространства // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. 2021. № 2. С. 12–20.

концентрация людей в городе «компенсируется» преимущественно формальными контактами, официально деловыми отношениями, анонимными связями. Испытывая дефицит межличностного общения человек вынужден вырабатывать нормы и законы социального взаимодействия, формировать ценности, способствующие достижению социального успеха и внутреннего комфорта. Поведение становится более рациональным и прагматичным, мышление более абстрактным, масштабным. При этом способность мыслить абстрактно коррелирует с необходимостью конкретизировать свои знания для решения локальных задач, требует сосредоточения, четкой фокусировки, концентрации внимания и усилий. Разветвленная специализация создает вариативность форм жизнедеятельности. Многовариантность условий сочетается с высокой конкуренцией: на социально значимые роли претендуют хорошо образованные, психологически подготовленные люди. Город предоставляет большие возможности, но за существование в нем нужно бороться. В условиях острой социальной конкуренции актуализируется проблема личностной самореализации и самоутверждения, необходимой становится самопрезентация, стирается грань между естественным и искусственным, подлинностью и игрой.

Антиномичность городской среды предполагает свободу, которая состоит в возможности выбора жизни и рефлексии над ней, поиске скрытого единства, взаимосвязи противоположностей, диалога между ними. Внутреннее напряжение личности, вызываемое особенностями городской среды, способствует формированию определенного типа сознания, системы ценностей. В повседневной жизни, в процессах социальной коммуникации происходит интеграция видимого, осознаваемого, осуществляющегося. Материально-предметное и идеально-виртуальное складывается в специфическую организацию и обретает когнитивный стиль, отражающий особенности отношения человека к окружающему пространству, его ценностные предпочтения. Так, в процессе адаптации формируется городская культура. «Город дает нам наиболее выразительный образ культуры своего

времени. Он впитал в себя всю историю связанной с ним страны... Былое просвечивает в нем всюду: в направлении его улиц, в формах его площадей, в силуэтах его куполов и башен, в говоре его граждан. Все накопленное веками слито в нем в едином, целостном облике», – писал Н.П.Анциферов в книге «Пути изучения города как социального организма»¹.

Истоки городской культуры заложены в исторической памяти – значимых ценностях и смыслах, актуализируемых властной элитой, кристаллизованных в материально-предметном пространстве. Отражением городской культуры является визуальная среда, концентрирующая в себе информацию о технологиях, идеологии, мировоззренческих установках и выступающая в качестве фона, на котором разворачиваются события настоящего. Городская культура ярко выражена в языке – ключевые концепты с локальной семантикой, обладающие объясняющей и интеграционной силой, фиксируют важные для территориальной общности знания и ценности. Содержание городской культуры составляют культурные практики, ставшие важной частью образа жизни горожан. В процессе их осуществления происходит утверждение определенных значений и смыслов: «Модернисты инвестируют в небоскребы и шоссе, левые - в доступное жилье и общественный транспорт, хипстеры - в велодорожки, парки и пешеходные зоны»². Изменяющиеся условия создают предпосылки для новых практик, критическая совокупность которых позволяет по-другому структурировать реальность, в результате чего прежняя жизнь с ее ценностями осмысливается и реализуется по-другому.

В условиях глобализирующегося мира крупные города-мегаполисы обретают общие черты, обусловленные развитием и распространением высоких технологий и рыночной экономики. Это приводит к стиранию культурных различий, утрате идентификации. Небольшие города пытаются восстановить свою идентичность и социально-экономический потенциал за

¹ Анциферов Н. П. Пути изучения города как социального организма. Опыт комплексного подхода. 2-е изд., испр. и доп. Л. : Сеятель, 1926. С. 13.

² Вахштайн В. С. Пересборка города: между языком и пространством // Социология власти. 2014. № 2. С. 14. (Признан в России иностранным агентом).

счет актуализации локального своеобразия. Традиционно локальность рассматривалась как способ преодоления разрыва между соразмерным человеку пространством его жизни и глобальными цивилизационными процессами, которые эту жизнь определяют. Но сегодня, как пишет Н.А.Смирнов, локальное заполняет описанный разрыв путем создания рыночной ниши: «Локальное, желающее, чтобы его услышали, словно обречено стать товаром, персонажем, этикеткой и тем самым зацементировать себя в этой локальности»¹. Чем сильнее вовлеченность городов в мировые процессы, тем ярче проявляются означенные тенденции.

Современного человека определяют как неокочевника с транзитивной идентичностью, вынужденного балансировать в пространстве, лишенном целостности и единой линии описания, фиксирующей ключевые жизнесохраняющие культурные коды². Человеку нужен дом как источник дарующих силы воспоминаний, место творческой заботы и обретения ресурсных состояний, пространство вдохновения и мечты. Он всегда нуждается в смыслах, привносящих ценность в его жизнь, в поддержке и признании, базирующихся на общем понимании ценностей, причастности к великому или обыденному опыту, дарующему ясность и перспективы. «Всякое обитаемое пространство несет в себе сущность дома. Воображение возводит стены из теней утешая себя иллюзией защищенности»³. В мире высоких технологий и реальной виртуальности возрастает ценность всего живого, усиливается ностальгия по всему настоящему. Материальный, физический, чувственно ощущаемый мир возвращается в освобожденном от семиотически-идеологических наслоений качестве: его видимая рельефность, цветовая гамма, композиции становятся предметом внимательного наблюдения и осмысления. Многие исследователи обосновывают

¹ Смирнов Н. А. Искусство действия в городской среде // Городские исследования и практики. 2016. № 1. С. 44.

² Браерская А. Ю. Нео-кочевничество: маргинальный феномен современности или новая культурная парадигма обретения идентичности? // Международный журнал исследований культуры. 2020. № 1 (38). С. 22–30.

³ Башляр Г. Поэтика пространства // Избранное: поэтика пространства / Г. Башляр. М.: РОССПЭН, 2004. С. 26.

необходимость «настроиться на интенциональность природы, на жизнь и цели объектов, их активную роль в утонченностях опыта, на эффект присутствия»¹.

Повседневная жизнь людей – процесс непрерывного перехода от одной формы жизнедеятельности к другой, перетекания образов восприятия, смыслов, значений, ценностей. В повторяющемся фоновом режиме переживаний обстоятельств бытия образуется особое «чувствующее поле»; проявляются экзистенциально значимые состояния заботы, веры, участия, надежды; активизируется интуиция и возникает очевидность, не требующая рефлексии и анализа. Интуитивно принятая действительность, способная выразиться в различной языковой пластике благодаря конструирующим механизмам сознания, воссоздающим утраченную естественность связей, обретает образную форму. Так формируется образ города.

Как образующая смыслы действительность городская повседневность порождает общее ментальное поле. Образ города включает в себе ключевую идею, определяющую значение городского пространства для жителей и гостей города, предсказывает состояния, которые могут быть пережиты в нем. В образе города сконцентрирована суть городской культуры. Но, несмотря на то, что образ города, формирующийся в процессе восприятия городской среды, существует как общая ментальная матрица, удерживаемая в подсознании горожан и является важной составляющей их идентичности, обладая интеграционной силой, он, как всякий образ, изменчив и многослоен, зависит от множества факторов (социальное положение, уровень доходов, семейный статус, образование), отражающих различные типы опыта.

Современная городская среда подобна постмодернистскому тексту – напоминает коллаж из многоцветных цитат, увлекающих, разыгрывающих, вызывающих постоянную смену впечатлений. По мнению С.В.Соловьевой, для описания городской среды больше всего подходит тема прогулки. Прогулка – событие-миниатюра, происходящее по воле гуляющего недалеко от его дома, легкий отдых, наполненный радостью от движения и созерцания.

¹ Moxey K. Visual Studies and the Iconic Turn // Journal of Visual Culture. 2008. No 7. P. 133.

Прогулка не обременена определенным смыслом, но требует сосредоточенности и внимания к окружающему пространству. В этой практике проявляется легкое эстетическое отношение к присутствию в мире и обретается экзистенциальный опыт близости, чуждость города трансформируется в шум бытия¹. Многие исследователи города используют образ фланера – гуляющего эксперта, одновременно отчужденного и вовлеченного: отчужденного из-за неактуальности больших нарративов, навязываемых властными структурами, вовлеченного как стоящего перед необходимостью создавать свое пространство в условиях неустойчивости, отсутствия правил-ориентиров².

Как отметил С.В.Пирогов, в настоящее время социо-гуманитарные исследования города формируют разноплановую картину фрагментов городской жизни. Это свидетельствует о том, что «город – полифункциональное образование, имеющее важное значение в современной социальной реальности, а концептуализация его как феномена зависит от происходящих в обществе процессов и определяемых ими исследовательских целей»³. В условиях современной социальной трансформации «на смену биполярному противостоянию Системы и Индивида приходят более тонкие сетевые модели со множеством игроков и сложными связями... Современный город – это пространство тотальной множественности, эквивалентных описаний и альтернативных онтологий»⁴. В городском пространстве формируется благоприятная среда для сосуществования различных дискурсивных практик, происходит стыковка социальных, культурных, профессиональных, стилевых кодов. Их перекодировка и сочетания

¹ Соловьева С. В. Прогулка как феномен легкости бытия // Вестник самарской гуманитарной академии. Серия: «Философия. Филология». 2012. № 9 (12). С. 85–93.

² Беньямин В. Произведение искусства в эпоху его технической воспроизводимости : избранные эссе. М.: Медиум, 1996. 240 с.; Серто де М. По городу пешком // Социологическое обозрение. 2008. Т. 7, № 2. С. 25–36.

³ Пирогов С. В. Город как феномен культуры: когнитивный подход // Вестник Томского государственного университета. 2011. № 2. С. 31.

⁴ Смирнов Н. А. Указ. соч. С. 44.

превращают город в генератор культурной информации, включающей формирование новых целей, соответствующих новым условиям.

Представленность города в феноменологических фрагментах, – пишет С.В.Пирогов, – позволяет многое понять: «в феноменологическом горизонте артикулируется особая процедура конструирования реальности – освоение среды обитания. В этом случае можно говорить не об истории пространств, а об антропологии»¹. Современный мир, расширивший свои границы, постоянно представляющей новое содержание, ставит задачи, решение которых влечет за собой существенные изменения, переход в новое качество для общества и человека. В больших городах формируется новое поколение – индивидуалистов, культивирующих свою самобытность. Эти люди креативны и прагматичны, у них нет четких идеологических ориентиров: переосмысливая то, что было до них, они выбирают ценности, отвечающие их целям и интересам. Увлеченные жизнью и процессом познания, они ведут здоровый образ жизни, стремятся к гармонии с природой и миром, ценят комфорт, большое значение придают эстетике и дизайну. Умело создавая свой стиль, стараются органично встраиваться в окружающее пространство.

Важным фактором, определяющим особенности этих людей, является изменение характера социальной коммуникации. Преимущественно визуальный контент, активизируя до-логические формы мышления, наполняет информационное пространство новыми смыслами и образами, способствует преодолению культурных и языковых различий. Виртуальная реальность, развивающая воображение и креативные навыки, влияет на психофизиологическую перестройку, «тренирует» сознание, помогая обрести качества, необходимые для самореализации в условиях неопределенности, риска, динамики. Технологичность – рациональное деление процессов на допустимые и доступные действия, приводящие к запрограммированному результату – свойство эпохи, определяющее специфику жизнедеятельности

¹ Пирогов С. В. Контуры визуальных исследований города // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 376. С. 60.

современного молодого поколения. Интерактивный характер социальной коммуникации делает людей активными участниками происходящих процессов. В коммуникативном опыте, в повседневных практиках формируется умение находить экологичные решения, способность устанавливать новые связи и обосновывать возможность существования новых форм жизнедеятельности.

Замечательная особенность нашего времени в том, что сегодня не только представители власти и профессионалы: художники, архитекторы, дизайнеры, но и горожане-активисты участвуют в создании городского пространства.

Н.А.Смирнов указал на очень важную для понимания современной социальной реальности тенденцию: способом деятельности для творческих людей становится не репрезентация, а создание пространств для движения новых образов, искусство действия и процесс, а не результат¹. Логика репрезентации заменяется логикой производства. Мир расширяется, наполняется и обогащается прямо пропорционально количеству созерцающих его творцов. Образ города существует как генерирующая смысловая структура.

Социальные представления, к которым может быть отнесен образ города, - пишет С.В.Пирогов, «в отличие от сциентистских объяснительных схем не столько обобщают знания о реальности, сколько конструируют схему ситуации, выделяя, прежде всего, релевантные для данного сообщества в данной ситуации предметы как фрагменты реальности и соединяют их в определённую когнитивную систему – картину мира. В свою очередь, та или иная когнитивная модель города, т.е. форма его представленности в сознании, задаёт форму его восприятия, видения, а значит, и способ «работы» с ним, т.е. систему решений по организации и управлению городской жизнью»².

«Образ увлекает и вовлекает, но восприятие гибко и многогранно. Среда предлагает различия и отношения, а наблюдатель – выбирает, организует и

¹ Смирнов Н. А. Указ соч. С. 39.

² Пирогов С. В. Город как феномен культуры... С. 36.

наделяет значением то, что видит. Он способен играть активную роль в восприятии и созидательную в создании образа»¹. Механизм этого процесса очень тонко и глубоко описал Г.А. Орлов: «Мир, такой, каким его видят и в котором живут носители данной культуры, не прячет свои сокровенные тайны в непостижимых трансцендентных сущностях, но постоянно открывает перед человеком возможность непосредственного приобщения к этим тайнам и их постижению. В этом мире идеи не существуют отдельно от феноменов, а субъект неотделим от объекта, потому что все заключенное в великом Единстве может быть постигнуто посредством бесконечно утончаемой чуткости и восприимчивости чувств. Чувства обращены как наружу, так и внутрь, и их совершенствование ведет человека по пути самопознания, неотличимого от познания окружающего мира. Знание и могущество такого человека могут стать необъятными, потому что он постепенно отождествляется с живыми предметами вокруг себя. Это отождествление с предметом рождает всепроникающую симпатию, которая единственная делает естественный порядок жизни доступным восприятию и дает знание естественных законов»².

Городская среда формируется в результате коллективных усилий. Она соединяет прошлое и настоящее, становится контекстом, в котором протекает жизнь многих поколений, делаются выборы и принимаются судьбоносные решения. Возрастающая сложность жизни города сопровождается совершенствованием планировочных, технических, управленческих решений. В соответствии с изменяющимися задачами меняются социальные отношения, коммуникация. Новые поколения людей создают свои языки описания реальности. Городские метафоры становятся стимулом для изменения города. При этом «единственным источником причинности» полагается само пространство (вся совокупность объектов и территорий) города.

¹ Храпова В. А., Латышева М. А. Архитектурное пространство города как фактор формирования идентичности (на примере города Волгограда) // Logos et Praxis. 2020. № 2. С. 103.

² Орлов Г. А. Древо музыки. СПб.: Сов. композитор, 1992. С. 23.

В феноменологической парадигме акцентируется внимание на активности и образа, и субъекта восприятия. Целью феноменологического изучения образа города является обнаружение семантических средств, значимых для различных субъектов с целью прогнозирования характера и направленности их активности¹.

Несмотря на то, что образ каждого города уникален (как уникален он и для каждого человека), его структура формируется определенными составляющими:

1. Климатические условия и ландшафт, обуславливающие специфику форм жизнедеятельности и базовые компоненты картины мира.

2. Основные формы жизнедеятельности, которые создают функциональную уникальность города в общегосударственной системе.

3. Административный аппарат с характерными для него формами управления.

4. Условия проживания, предполагающие степень комфорта и развитость инфраструктуры.

5. Социокультурный контекст, включающий в себя историческое сознание как механизм выбора, отношения, поведения; событийный план настоящего; архитектурное пространство города.

6. Люди, осознано формирующие городскую среду или бессознательно поддерживающие тенденции ее развития.

Из этих факторов рождается территориальная специализация и атмосфера – «дух города» - то есть все то, что определяет его уникальность и значение в жизни современников. Все эти факторы создают отраженный в городских нарративах символический капитал, который не формируется спонтанно, независимо от человека, он доступен управлению, его можно поддерживать, развивать, увеличивать.

В самом общем плане капитал – это ресурс, который приносит прибыль, увеличивает возможности. Сущность капитала – функционирование, главная

¹ Пирогов С. В. Контуры визуальных исследований города ... С. 59–63.

функция – преобразование. П. Бурдьё – одним из первых обосновавший теорию символического капитала, определил его как особую форму, существующую в сознании – как «капитал представляемый (т.е. воспринимаемый) символически в связи с неким знанием или, точнее, узнаванием».¹ Символический капитал – особое состояние любого вида капитала, когда он функционирует и приносит доход, обусловленный представлением о ценности того или иного объекта. Понятие «символический капитал» связано с образом жизни, опытом конкретной социальной общности, включающим в себя устойчивые формы восприятия и объяснения действительности. Он представляет собой содержание, знание, которое является ценным как для его носителя, так и для окружающих. Символический капитал участвует в производстве смыслов и номинировании событий, формирующих картину мира в сознании человека. Это знание о том, что дает преимущество в решении вопросов в социальной сфере.

Как уже отмечалось, в теоретической системе Бурдьё способ существования социальной действительности рассматривается как непрерывный обмен ресурсами между агентами социального действия, ключевой характеристикой которых является совокупность присущих им в настоящий момент форм капитала. Поэтому социальная сфера – пространство борьбы символических капиталов. В концептуальной системе исследователя символическим капиталом является капитал доверия, репутация, доброе имя, честь. Бурдьё подчеркивал, что символический капитал по своей природе связан с авторитетом, он одновременно служит и оружием в переговорах, и гарантией заключенного соглашения². Поскольку в современном обществе уважение и авторитет являются результатом оценки актуальных действий и не могут передаваться по наследству, символический капитал имеет индивидуализированный и даже личностный характер.

¹ Бурдьё П. Формы капитала // Экономическая социология : электронный журнал. 2002. Т. 3, № 5. С. 60. URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205039/ecsoc_t3_n5.pdf#page=60 (дата обращения: 19.11.2024).

² Там же.

Все формы капитала не могут быть статичной совокупностью накопленных ресурсов. Непрерывно перемещаясь от одного актора к другому, они открыты, могут конвертироваться друг в друга иногда с утратой части своей ликвидности, подвергаются интериоризации и периодической проверке на соответствие изменяющимся социальным условиям¹. Особенность символического капитала – мобильность, обусловленная его информационной природой. Немаловажным фактором увеличения символического капитала, одним из его источников, способных притягивать людей и ресурсы, является воображение. Как показала М.В.Демидова, в информационном обществе происходит слияние символического и материального капиталов². В качестве перспективы развития символического капитала выступает информационное накопление, ведущее к повышению значимости определенной общности для мирового сообщества, других государств³.

Н.Г.Федотова определяет символический капитал города как «совокупность значений (смыслов), которые обеспечивают ему узнаваемость, известность, престиж, доверие со стороны различных социальных групп»⁴. «Накопление символического капитала, – пишет Д.А.Аникин, – может обеспечить получение территорией официального статуса, который не только даст обладателям этого капитала ряд прав и полномочий, но и обеспечит привлечение на данную территорию социальных, финансовых, креативных и прочих ресурсов»⁵.

Символический капитал города сконцентрирован в конкретных составляющих: уникальное производство, бренд, известные личности, природные особенности, история и культура, но «символический капитал города – это не сам городской миф или памятник, а его известность или

¹ Аникин Д. А. Социальная память как символический капитал // Научные ведомости. Серия Философия. Социология. Право. 2013. № 9 (152), вып. 24. С. 282-287.

² Демидова М. В. «Символический капитал» Бурдьё и «Капитал» Маркса // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2014. № 11. С. 32.

³ Там же.

⁴ Федотова Н. Г. Символический капитал места: понятие, особенности накопления, методики исследования // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2018. № 29. С. 143.

⁵ Аникин Д. А. Указ соч. С. 285.

значимость, формирующая представления людей о наличии в городе благоприятных условий для жизни и работы или гарантирующая яркие впечатления после его посещения»¹.

«Город существует в нашем воображении», – пишет Н.Г. Федотова. Причем этот «гиперкосмос с сетями и коммуникациями обретает все большую власть над реальной территорией»². С одной стороны, «коллективное воображаемое города» стихийно, «живет» в многочисленных городских текстах. С другой стороны, детерминировано культурными практиками, деятельностью политиков, формирующих символический менеджмент, медиадискурсом, в котором аккумулируется символическая информация о городе и закрепляются значения. Символический капитал определяется избирательностью и длительностью процессов коммеморации³. Не все становится капиталом, а то, что отвечает задачам времени и условиям среды. Залогом развитого «коллективного воображаемого» является аутентичность города, отличие его территории от других мест, ее привлекательность, яркие образы, воздействующие на эмоции; позитивный опыт, сопряженный с сильными переживаниями; устойчивые нарративы, способные вызывать чувство сопричастности, рост самосознания, патриотизм.

Город содержит в себе многочисленные варианты порядка. Поиск интегративных смыслов и общезначимых ценностей может осуществляться по-разному. Для рискогенного, перенасыщенного социальными катаклизмами социума наиболее естественным представляется путь, связанный с обретением безопасности, комфорта – стабильности, необходимой для получения ресурсных состояний. Вместе с тем человеку и обществу необходим не окончательный, а открытый порядок, предполагающий непрерывное развитие. Человеку нужна среда, которая не только хорошо организована, но также

Федотова Н. Г. Urban imaginary как символический капитал города // Ярославский педагогический вестник. 2018. № 2. С. 230.

² Там же.

³ Вандышев М. Н, Веселкова Н. В., Прямикова Е. В. Места памяти и символический капитал территорий в ментальных картах горожан // Журнал социологии и социальной антропологии 2013. Т. 26, № 3 (68). С. 101–110.

поэтична и символична. Она должна напоминать ему об истории и традициях, вызывать радость, удивление и гордость, подсказывать лучшие выборы, помогать сохранять ясное видение пути. Все это делает необходимым исследование роли городской среды в формировании ощущений, эмоций, состояний сознания людей и учете полученных знаний при решении практических градостроительных задач. Вдумчивое и осознанное отношение к созданию городского ландшафта может стать основой общественной интеграции, важным условием формирования идентичности в условиях динамично развивающегося мира. «Осознанный подход к организации городской среды может стать «мягкой силой» управления, технологией гармонизации и оптимизации социального пространства»¹.

Культура города создается в процессе жизнедеятельности, оттачивается в языке. Городские повествования появляются в результате пересечения интересов разных субъектов и групп². Языки, символы, ценности, нормы становятся культурным капиталом в контексте определенных отношений, когда приносят прибыль, когда усиливают личную силу владельца, когда за символами стоят реальные предметы и процессы.

Город аккумулирует ценности, выработанные в процессе его становления и развития, создает состояния сознания, определяющие особенности жизнедеятельности людей, их приоритеты, отражающиеся в повседневных практиках. Так формируется культурный капитал в виде знаний, идей, убеждений, который определяет статусную состоятельность и позволяет преодолевать сложности, которые встают перед человеком и обществом.

Город как культурный феномен – это пространство, концентрирующее в себе условия развития и совершенствования. В этом его ценность для человека и общества. В сознании человека город живет не только в качестве образа - уникально сложившейся совокупности идентификационных значений, отражающих конкретное пространство, он может стать символом - сложным

¹ Храпова В. А., Латышева М. А. Архитектурное пространство С. 103.

² Бурдые П. Социология социального пространства. М.: Институт экспериментальной социологии; СПб. : Алетей, 2007.

знаком, обладающим глубинным смыслом, отсылающим к историко-культурному контексту, связанному с данной территорией, превосходящим утилитарность повседневности, преодолевающим разобщенность локальных образов.

Город как культурный символ, присутствующий в сознании человека, выполняет ряд функций:

1) коммуникативную – концентрируя в себе ключевые значения, связанные с городской средой, он создает общее семантическое поле, которое в свою очередь выполняет идентификационную и интегративную роль для представителей городского сообщества;

2) социализирующую – образ города включает в себя представления о социальных нормах;

3) мировоззренческую – символ города является важной составляющей картины мира человека, его «малой родины», неразрывно связан с чувством патриотизма;

4) способствующую самореализации – аккумулируя в себе знания о формах городской жизнедеятельности, являясь территориальным маркером, символ города ориентирует и в пространстве социальных отношений, подсказывает пути выбора, модели конструирования собственной жизни.

Как феномен культуры город имеет внутреннее и внешнее измерения. Внутреннее измерение определяется развитием идентификационных стратегий, важной частью которых является выработка уникальных практик, в которых «закодированы жизнесохраняющие смыслы, исходящие из предпосылочного знания об органичной связи человека, общества и среды обитания, их взаимозависимости»¹. Внешнее измерение связано с ролью города в окружающем пространстве, это отклик на его символическое звучание в программах большего масштаба. Вероятно, это имел в виду Д.С. Лихачев, когда говорил о Петербурге как интеллектуальной и культурной

¹ Храпова В. А., Комова В. А. Бренд как способ формирования культурного статуса города // Ученые записки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. Философия. Культурология. Политология, 2022. № 3. С. 98.

столице мирового масштаба, самом русском среди русских и самом европейском среди европейских городов¹.

Современная городская культура формируется в динамике, процессах транс-формации в сфере «между» исчезающих и появляющихся форм. Ее роль – прояснение смысла, ее функция – согласование, синхронизация, баланс, рациональный и разумный консенсус, обоснование изменения, отвечающего целям самосохранения человека и общества.

В условиях трансформации человек получает больше возможностей для того, чтобы влиять на городскую среду, создавая культурный статус города. Этот статус тем выше, чем сильнее представлены ценности переходного периода, обеспечивающие самосохранение, развитие и оптимизацию. Культура общих ценностей самоценна, если имеет возможность реализовываться в пределах разных типов отношений². Можно согласиться с утверждением, что идеальным типом современного города является город, «человекомерность которого проявляется во внимании к своей истории и коренным жителям, и в открытости для экспатов и иммигрантов, и в готовности к взаимодействию и обмену с иными культурами»³.

Таким образом, город аккумулирует ценности, выработанные в процессе его становления. Для человека город – пространство условий и возможностей, в котором реализуются коммуникативная, социализирующая, мировоззренческая и способствующая самореализации функции. Как феномен культуры город подвержен как внутренним, так и внешним изменениям, его статус определяется наличием культурного капитала, обеспечивающего самосохранение и развитие человека и общества.

¹ Лихачев Д. С. Заметки к интеллектуальной топографии Петербурга в первой четверти двадцатого века // Избранные работы по русской и мировой культуре. СПб., 2015. С. 208–215.

² Пелипенко А. А. Постигание культуры Ч. 1. Культура и смысл. М.: РОССПЭН, 2012.

³ Новикова О. В. Философия города: к проблеме человекомерности городского пространства // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. 2021. № 2. С. 19.

1.3. КУЛЬТУРНЫЙ СТАТУС ГОРОДА

Целью данного параграфа является исследование составляющих культурного статуса – пространства, времени, ценностей, субъективной роли людей, формирующих городскую среду.

В современном медийном пространстве ведется активная борьба за статусы городов. Конкуренция, связанная с дефицитом экономических и сильных в профессиональном плане человеческих ресурсов заставляет искать стратегию презентации, которая бы выгодно отличала город, отражая его уникальные преимущества. Как отмечает организатор симпозиума по имиджелогии Е.А.Петрова, инвестиционная привлекательность современного города достигается через создание позитивного отношения к нему¹. Позитивная атмосфера, связанная с утверждением важных для повседневной жизни смыслов, решений, практик становится основой доверия горожан и гостей города. А.В.Ульяновский заметил: если имидж является образом потребности, сформировавшейся в обществе, то с реализацией потребности связана определенная жизненная позиция. В позиционировании заложен потенциал воплощения потребности, то есть позиция должна базироваться на учете и прогнозировании социально-экономических тенденций развития общества и быть залогом успешности городского населения². Атмосфера города как непосредственное отражение социальных амбиций должна быть не просто надежной для бизнеса и комфортной для проживания, но и аккумулирующей в себе социально значимые ценности, связанные с уникальностью геополитического и культурного контекстов.

Как отметил С.В.Пирогов, «реальность наших представлений и бесконечность жизненных планов возникают не самопроизвольно, а как результат нашего отношения к тому, что мы имеем, к тому, что нас окружает,

¹Петрова Е. А. Имидж Москвы – имидж столицы России // Имиджелогия–2004: состояние, направления, проблемы : материалы Второго Международного симпозиума по имиджелогии «Имиджелогия–2004», Москва, 15–16 мая 2004 года. М., 2004.

² Ульяновский А. В. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы. СПб. : Питер, 2005.

в процессе о-своения, о-владения нами имеющихся возможностей удовлетворения потребностей и реализации желаний и целей. Наше сознание носит реляционный характер. Из окружающей реальности мы выделяем значимые и актуальные для нас фрагменты – релевантные (имеющие непосредственное и важное отношение) тому жизненному миру и той жизненной ситуации, в которых находимся мы сами и который мы разделяем с некоторыми другими или они разделяют с нами. Город – это предмет нашего сознания-о-нём и нашего отношения-к-нему»¹.

Исследования К. Линча показали, что образ местности в сознании проживающего на ней человека существует как ментальная карта, которая обеспечивает ориентацию, выступает организующим началом активности, основанием убеждений и знаний о природе мира, в котором осуществляется жизнедеятельность². Этот образ становится стратегически важным, установочным для базовой ментальной картины пространства, удерживаемой в подсознании и неявным образом участвующей в формировании когнитивных способностей и процессах интерпретации информации. Образ территории совместного проживания становится источником символов и коллективных воспоминаний, на основе которых строятся социально важные мифы. Позитивные образы дают ощущение эмоциональной защищенности, способствуют нарастанию интенсивности и глубины переживания экзистенциального и социального опыта. Устойчивые представления об общем пространстве проживания, закрепленные в менталитете людей, обладают интеграционной силой³.

Методологически значимым в данном исследовании является понятие «хронотоп», фиксирующее закономерную связь пространства и времени и сознания. Как известно, понятие хронотоп обретает свою методологическую роль в литературоведческих исследованиях М.М. Бахтина, рассматривавшего

¹ Пирогов С. В. Город как феномен культуры: когнитивный подход ... С. 33.

² Линч К. Образ города. М. : Стройиздат, 1982. 328 с.

³ Храпова В. А., Бузский М. П., Карандашов И. В. Онтологическое значение Родины и ее интегративная роль в жизни общества // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение: вопросы теории и практики. 2017. № 11 (85). С. 184–186.

время-пространство как формально-содержательную категорию, имеющую сюжетообразующую, изобразительную и, главное, определяющую образ человека в литературе функции¹. Бахтин писал: «Только ценность смертного человека дает масштабы для пространственного и временного ряда: пространство уплотняется как возможный кругозор смертного человека, его возможное окружение, а время имеет ценностный вес и тяжесть как течение его жизни... Уничтожим масштабы жизни смертного человека – погаснет ценность переживаемого: и ритма, и содержания»². И далее: «Бытие героя в романе невозможно вне пространства и времени: взаимосвязь пространственно-временных координат открывает возможность совершать поступки, перемещаться, взаимодействовать с другими героями и объектами. В художественной реальности хронотоп представляет собой слияние элементов пространства и времени в образное целое, ставшее результатом взаимодействия познавательной, оценочной и художественно-эстетической работы автора, решающего творческие задачи. Пространство и время наполнены специфическим содержанием. Время сгущается, уплотняется, становится художественно-зримым; пространство же интенсифицируется, втягивается в движение времени, сюжета, истории. Приметы времени раскрываются в пространстве, и пространство осмысливается и измеряется временем»³. При этом Бахтин обратил внимание на то, что кроме хронотопа произведения существует хронотоп читателя. Мир, в котором присутствует читатель, Бахтин назвал создающим, поскольку читатель, как и автор текста, участвует в создании изображенного в тексте мира, его не номинальном, а реальном присутствии в «здесь-и-сейчас» разворачивающемся континууме смыслов.

Понятие «хронотоп» использовал в своих исследованиях психолог В. П. Зинченко имея ввиду связь «функционального пространства» и

¹ Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики: исследования разных лет. М.: Худ. лит., 1975. С. 253.

² Бахтин М. М. Собр. соч. в 7 т. Т. 1. М.: Рус. словари, языки слав. Культуры, 2003. С. 60.

³ Бахтин М. М. Вопросы литературы и эстетики... С. 235.

«функционального» или исторического времени¹. Идею хронотопа также имел в виду П.Флоренский, когда писал, что «рост, жизнь делает время, а не время движет жизнь. Следовательно, процессами жизни должно измерять биографическое время, а не временем — процессы биографического роста»².

Современная философия науки предлагает хронотопический подход как способ постижения смысла человеческого бытия. Смысл есть результат освоения человеком «здесь-и-сейчас» осуществляющегося бытия, момент понимания своей роли, осознания ценностного статуса со-бытия в конкретных пространственно-временных условиях.

У человека нет алиби в бытии, он находится в моменте свершения, накануне поступка. Пространство и время задают параметры для будущего действия, выступают фоном, на котором разворачиваются события настоящего. Время создает историю. Пространство сохраняет результаты выборов, связанных с конкретными предпочтениями. Каждая эпоха создает свой уникальный контекст, в котором действуют только ей свойственные «правила игры». Идея хронотопа в философии позволяет не только исследовать связь сознания, времени и пространства, но и комплексно описать социокультурный контекст.

А.А. Пелипенко предложил смысло-генетическую концепцию культуры. Согласно этой концепции, смысл формируется в момент осознания человеком своей роли в пространстве и является минимальным квантом культуры, которая представляет собой саморазвивающуюся самоорганизующуюся силу, обладающую направленной функциональностью³. При этом время первично, оно задает ритм, раскрывающийся в истории выборов, отношений и результатов действий, составляющих конфигурацию пространства. Время и пространство оказываются фоном, на котором выстраивается социальность, разворачиваются события настоящего, становятся устойчивыми практики,

¹ Зинченко В. П. Человек в пространстве времён // Развитие личности. 2002. № 3. С. 23–50.

² Флоренский П. А. Соч. : в 4 т. Т. 3 (1). М., 2000. С. 477.

³ Пелипенко А. А. Указ. соч.

закрепляются традиции, коллективное сознание, основы общественной психологии, ментальность. Культурный смысл выполняет негэнтропийную функцию, обеспечивая самосохранение и развитие человека и общества. Культурный хронотоп отражает специфику работы сознания, имеющей негэнтропийный эффект. От этой работы зависит культурный статус, следовательно, культурный статус можно рассматривать как позицию, с которой связана мера конкретных действий, обеспечивающих самосохранение и развитие человека и общества.

Город возникает исторически, выделившись из деревни как первичной естественным образом спонтанно сложившейся общности, приспособляющейся к определенным природно-территориальным условиям. Пространство города локализовано в конкретном географическом ареале, формируется в активном взаимодействии с природным ландшафтом под влиянием климатических факторов. Природа становится частью городской среды, элементом городской эстетики, сила стихий «приручается и одомашнивается». Относительно однородное пространство (социальное, экономическое, геополитическое, культурное) «взрывается», когда появляются точки роста - города как результат целенаправленной организующей активности большого количества людей. «Преимущества городского образа жизни перед сельским делает этот ход развития необратимым»¹.

«Возникновение города — это изначально «выгораживание» пространства, живущего по своему собственному времени. Городская жизнь начинается с размыкания кругооборота календарного цикла сельского человека, привязанного к природным ритмам»². С.А.Ромашко рассуждает: «Город обычно рассматривают как структуру пространственную. А ведь всякий настоящий город — это еще и особая хронологическая конструкция,

¹ Скоробогачкий В. В. Провинция как проблема: исходные определения и модель исследования // Чиновник. 1999. Вып. № 3 (6). URL: <https://www.hse.ru/data/2009/12/10/1230280775/В.В.%20Скоробогачкий.%20Провинция%20как%20пробле..ределения%20и%20модель%20исследования.pdf> (дата обращения 23.03.2015).

² Ромашко С. А. Монумент – сувенир – улика: временная ось мегаполиса // Логос. 2002. № 3 (34). С. 1.

это ось, пронизывающая вращение времен, утверждающая город как бытие особого рода. На эту ось и наматывается пространственная структура, которую можно читать, словно годовые кольца на распиле древесного ствола. Устойчивость города во времени не только позволяет выстроить его особую топографию — благодаря ей и складывается городская среда, то самое с трудом поддающееся описанию, но вполне ощутимое настроение, которое присуще тому или иному городу, его атмосфера, его характер»¹. «Ни люди, ни их действия не находятся во времени: время, как конкретное свойство истории, создается людьми на основе их изначального времяполагания»².

Древний город – замкнут. Это его ключевая особенность, связанная с потребностью безопасности. Внутри городских стен выстраивался укрепленный центр – замок, рядом с которым храм, здание городской управы, далее многочисленные разветвления улиц и переулков в соответствии с профессиональной специализацией, обусловленной разделением и интенсификацией труда в городе. «Не имея возможности расширяться, город рос в высоту и вглубь – дома в несколько этажей и узкие улочки-переулки»³. В центре на площади рядом с культовым сооружением строилась башня, на которой вывешивались городские часы. Жизнь определялась священным временем, регламентируемым сакральным порядком, который дополняло время повседневных мирских забот. Время древнего города – это время традиции, вместе с тем его ценность определялась целесообразностью и эффективностью общественного производства, смысл которого состоял в практической пользе.

Первые города становились центрами обмена сельскохозяйственными ресурсами и товарами ремесленного производства, в них сосредотачивалась власть, управляющая в соответствии с традицией, истоком которой была некая мифологическая схема, аккумулирующая в себе представление о природной

¹ Ромашко С. А. Указ. соч. С. 1.

² Сартр Ж.-П. Проблемы метода. М.: Прогресс, 1994. С. 113.

³ Новикова О. В. Философия города: к проблеме человекомерности городского пространства // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. 2021. № 2 (12). С. 15.

силе и божественной мудрости, персонифицированной в лице основателя города. Идеализированное представление о носителе полномочий, возложенных священной волей, распространялось на обладателя центральной власти, имеющего неоспоримые преимущества в организации городского пространства. Социальный статус, соответственно и характер деятельности признавались следствием естественного хода событий, определялись условиями рождения, строго регламентировались.

Индустриальный город стал частью государственной системы. Имея четкие границы, он контролировался извне, отвечая потребностям развивающегося общества. Город стал центром концентрации расширяющегося и увеличивающего свою мощь производства и человеческих ресурсов, аккумуляции капитала и органов государственного и регионального управления, делегировавших свои полномочия институтам образования, культуры, научным центрам, усложняющим и развивающим городское пространство. Индустриальный город стал средоточием политической и общественной жизни, в котором совершенствовалась система социальной коммуникации. Индивидуальные потребности и интересы соотносились с интересами коллектива и государства, как следствие, мышление людей становилось более рациональным и прагматичным. Вертикаль власти дополнилась обязательной регламентацией горизонтальных связей. Приоритетной нормативной системой, регулирующей отношения между людьми, стало право.

Постепенно город-центр расширял свое влияние вовлекая новые территориальные сегменты с целью получения прибыли. Стратегия городского населения в этот период – достижение благополучия, которое зависело от карьерного роста, отождествлялось с социальным успехом. Очарованный свободой, вдохновленный успехами естественных наук человек-творец искал универсальные ценности, которые раскрывались по мере освоения мира.

Административные и географические границы постиндустриального города – условность для развивающихся в нем производственных отношений. В целях производственной эффективности город продуцирует виртуальные сети, распространяющиеся по мере разрастания интересов различных групп. Ф. Кук, характеризуя культурный проект, определяющий состояние постиндустриального города, пишет: «Модерн – это разновидность пространственно-временного опыта, обещающая приключения и преобразование личности, одновременно угрожая разрушить знакомое окружение. Он рассекает географические, этнические, классовые, религиозные и идеологические границы, выступая как объединяющая сила, но одновременно расчленяя подобные основания для коллективной идентификации. И это ведет в конечном счете к выражению неуверенности, сопутствующей модерну, к вопросу, каким образом можно уберечь идеалы общественной солидарности и взаимопомощи, если любые новые социальные отношения размываются потоком модернизма, прежде чем они успевают обрести более или менее устоявшуюся форму?»¹.

Постмодерн возникает как программа преодоления этих противоречий. Принципы, лежащие в его основе включают: рыночные отношения как источник экономического успеха, ослабление государственной поддержки слабых сфер производства и несостоятельных в экономическом плане субъектов, отказ от солидарности в обществе, приоритет частного над общественным, «ослабление историчности перед лицом новых, ускоренных форм частной мимолетности; благоговение перед «новой техникой» как перед ключевой эмблемой новой мировой экономической системы»². Это радикальная смена идеологии и практики со специфическими эффектами. Поскольку производственная эффективность определяется способностью продуцировать виртуальные сети, выходящие за пределы традиционных рубежей, следствием постмодернистской стратегии, сознательно

¹ Кук Ф. Модерн, постмодерн и город // Логос. 2002. № 3 (34). С. 237.

² Там же.

поверхностной, ориентированной на новое пространство (медийных, преимущественно визуальных образов) становится дезориентация. Итогом радикальной культурной переориентации должны стать новые познавательные ориентиры, соответствующие новым глобальным и локальным гиперпространствам¹.

Современные города представляют собой сплав зачастую рассогласованных процессов и социальной гетерогенности, растекающихся в новых направлениях². В условиях глобальной социальной трансформации состояние горожанина тревожно и неустойчиво. Его главный мотив и настоятельная потребность – экзистенциальная состоятельность, цель – воспроизводство мира, стратегия – креативность, конструктивизм, ценности – диалог, коммуникация, средство – язык, дискурсы. Городская среда структурируется результатами индивидуальных поисков жизнеустроительных стратегий.

Город – фон, на котором развиваются события жизни горожан. Его пространство – кристаллизация времени – история, воплощенная в городской среде. Осмысленное закрепляемое, прошедшее испытанием времени содержание становится культурным капиталом.

Культурный статус города – сложившаяся в нем ситуация, определяющая меру и степень возможности реализации потребностей людей. В.С.Столяров пишет: «Объект имеет культурный статус, если потенциально способен обеспечить процесс производства, потребления, развития ценностей, характеризующих индивидуально-личностные особенности или социальные отношения. Этот потенциал должен практически реализовываться, иметь культурную значимость в процессе развития личности и формирования социальных отношений. То есть определенная группа, субъект оценивают объект как ценность, то есть у них сформировано представление об объекте как имеющей позитивное значение и соответствующее их культуре»³.

¹ Там же.

² Амин Э., Трифт Н. Внятность повседневного города // Логос. 2002. № 3 (34).

³ Столяров В. С, Мельникова Н. Ю. История и философия науки. М.: Спорт, 2021.

С.А. Ромашко представил описание истории города как культурного феномена с позиций семиотического подхода¹. В качестве образа, аккумулирующего культурную специфику городского пространства, исследователь представил монумент – «градообразующий центр и временную ось города». Создание и поддержание «временной оси» требует определенных средств. Монумент был необходимостью, ценностью, фиксирующей устойчивость, экономическую и социальную состоятельность, а также незыблемость этих состояний во времени и пространстве. «На заре развития человеческого общества монумент – не только и не столько сооружение, сколько отметина, зарубка, разлом. В аморфном потоке появляется опорная точка, скрепа, вонзаемая во временную субстанцию, «напоминатель», позволяющий распрямить круговорот бесконечного повторения и остановить убегающее, ускользающее время. Крепежный элемент должен быть надежным и прочным. Монумент должен быть видным и основательным»².

С развитием европейского города монумент втягивался в городскую среду, становился историческим памятником, отличительной чертой, достопримечательностью, которая привлекает туристов — в этом его новая функциональность, позволяющая путешественнику приобщиться к временной оси чужого города. Предприимчивая рыночная среда реагирует на желание сохранить воспоминание об эмоциях, связанных с новым опытом переживаний, увезти с собой образ, знак, копию города созданием сувениров. «Сувенир — переносной монумент»³.

«Чем дальше, тем больше европейский город теряет вещественное основание своей временной оси. Сначала его лишили крепостных стен, затем ядро его временной конструкции, монументы, растащили на сувениры. В городе, ставшем экскурсионно-развлекательным учреждением, временная ось теряет свою определенность. Прошлое и современность переплетаются для удобства посетителей самым причудливым образом. Коль скоро

¹ Ромашко С. А. Указ. соч. С. 97–108.

² Там же.

³ Там же.

субстанциальное ядро города распадается, исчезновение массивности компенсируется массовостью сувенирного производства: качество переходит в количество. За тиражированием сувенирных изделий стоит более основательное явление: массовое производство начинает производить людскую массу. Массовость порождает безликость, бесследность. Бесследность чревата отсутствием определенности, знания, а это уже угроза существованию. В целях контроля за существованием появляется система тотального слежения – видеокамеры. Фиксируя события, камера придает устойчивость и определенность рассогласованной и гетерогенной социальной среде. Технологии внедряются в жизнь увеличивая масштабы влияния. Технологичными и функциональными стали не только артефакты современной культуры - новые монументы – технологичной и функциональной (а не мифологической или идеологической) стала и сама временная ось. Так, по мнению С.А. Ромашко, реализуется техногенная монументальность города¹.

Пространство и время определяют качественное своеобразие культуры, представляют собой фон, на котором реализуется специфика работы ее механизмов, определяемая выбором приоритетов – ценностей.

Ценности формируются исторически как закрепляемое знание об эффективном прохождении сложных кризисных состояний. Ценности пронизывают весь жизненный мир, потому не существуют обособленно друг от друга, формируя целостную иерархическую систему. Ценностные ориентиры сообщают качественное своеобразие культуре, формируют ее стилевую специфику, проявляющуюся в особенностях речевых практик, науке, искусстве, философии, этике, религии, праве, формах экономической и политической организаций, менталитете, образе жизни людей. Через систему ценностей осуществляется регуляция человеческой деятельности, придавая обществу необходимую степень порядка. Неантагонистическая стабильная

¹Ромашко С. А. Указ. соч. С. 97–108.

целостность ведущих ценностных ориентаций составляет ядро культуры, которое активно поддерживается элитой общества и определяет характер повседневных практик.

Ценности культуры имеют большую длительность существования, так как затрагивают большой спектр явлений – связаны с онтологической ситуацией, укоренены в ментальности, обусловлены природно-географическим и социальным контекстами в их полноте и целостности.

Комплекс ценностей того или иного общества формируется в определенном пространственно-временном континууме, постоянно подвергаясь изменениям. Это могут быть изменения, ведущие к пересмотру некоторых ценностей или связей между ними, не предполагающие «свержение» целой системы и изменения, при которых существующая система ценностей меняется в своих основаниях, что влечет за собой ее трансформацию и даже упразднение с последующим возникновением новой системы, и, соответственно, новой социальной реальности. Ценности имеют свойство приращения в традиции сохранения культурного смысла. Исследования, проводимые в области психологии и социологии, показывают, что люди адаптируют свои ценности к обстоятельствам. В ситуации, угрожающей или воспринимаемой как опасность, приоритеты смещаются в сторону ценностей, направленных на самосохранение. Эволюция ценностей общества происходит постоянно, изменяются приоритеты и иерархии.

В архаичной культуре, связанной с приспособлением к природному ландшафту, ценности формируются стихийно, имеют локальный характер передаются через систему ритуализированных действий и устную традицию, являясь частью естественного хода событий, основой не подвергающегося сомнению порядка. В городах традиционно существовали специально выделенные зоны для трансляции ценностных смыслов, которые сохраняли свою устойчивость длительное время.

В культуре усложняющегося индустриального общества система ценностей соответствует многоплановости общественного мироустройства,

достраивается, подвергается рефлексии. Ценности накапливались в книжных носителях, транслировались в письменных текстах, классифицировались, ранжировались. Культурный капитал, аккумулирующий в себе многогранные ценности, концентрировался в городах, представлявших человеку возможности развития. Вариант описания культурного капитала города содержится в работе Д.С.Лихачева «Петербург в истории русской культуры»¹. Ученый описывает архитектуру города, его планировку – «горизонтальные набережных и улиц, соединяющих воду и землю и вертикали-шпили и купола, соединяющие землю и небо». «Важной особенностью Петербурга, - писал Лихачев, - была его научная связь со всем миром, не только с Европой»². В городе существовал единственный в мире центр Арктических и антарктических исследований, мировое значение имела Петербургская Академия гуманитарных наук. Спецификой петербургской культуры был академизм, «склонность к классическому искусству, классическая форма, которая проявлялась как во внешнем облике города, так и в существе интересов его авторов»³. Продолжением этой тенденции явился высокий профессионализм во всех сферах деятельности. Тесная связь науки и искусства с образованием, обязательное знание иностранных языков, чрезвычайно важное для совершенствования умственных способностей стали предпосылкой формирования особой «питерской» ментальности. В городе активно развивалась просветительская деятельность: большой популярностью пользовались проводимые на общественных площадках лекции, формировались и активно действовали различные общественные объединения (врачей, архитекторов, художников, музыкантов), способствующие еще большему росту профессионализма. Значимой чертой петербуржцев являлась их увлечение краеведением, особенно сильно развившееся в провинции.

¹Лихачев Д. С. Петербург в истории русской культуры // Избранные труды по русской и мировой культуре / Д. С. Лихачев. СПб., 2015. С. 196–208.

² Там же. С. 200.

³ Там же.

В условиях индустриального города человек получил возможность менять свое состояние и положение в пространстве. Через личные усилия, обретая соответствующий статус в социальной иерархии, он стал влиять на формирование городской среды.

Ценности общества вплоть до XX в. были четко ориентированы на опыт предков, который и детерминировал понятия о добре и зле, о должном и запретном и т.д. Традиции, складывавшиеся веками, являлись стабилизаторами и ориентирами общественной жизни.

В инновационной культуре глобализирующегося мира ценностная иерархия подвергается серьезной трансформации: с одной стороны, встает вопрос о пересмотре ценностной системы в новом культурном и социальном контексте, с другой, происходит осознанная целенаправленная трансляция ценностей с целью сохранения идентичности.

Механизм, обеспечивающий онтологическую состоятельность ценностей – социальная память. В отличие от индивидуальной памяти социальная память оперирует общезначимыми значениями и смыслами, носителями которой являются менталитет, традиция, язык. (Менталитет – укорененное в бессознательном мироощущение, определяющее представления, направленность мышления, характер деятельности. Традиции – устойчивые установки, ориентиры и практики, обеспечивающие трансляцию значимой для общества информации, позволяющей сохранять целостность общества и его идентичность во времени. Язык, аккумулирующий знания и осуществляющий его быструю конфигурацию/адаптацию в коммуникативном процессе является основой культуры и важнейшим носителем социальной памяти. Как писал К.Д.Ушинский, «в сокровищницу родного языка складывает одно поколение за другим плоды глубоких сердечных движений, плоды исторических событий, верования, воззрения, следы пережитого горя и прожитой радости, — словом, весь след своей духовной жизни народ бережно сохраняет в народном слове. Язык есть самая живая, самая большая, самая

обильная и прочная связь, соединяющая отжившие, живущие и будущие поколения народа в одно великое, исторически живое целое»¹).

Ценностные смыслы первоначально неосознанно, стихийно закладываются в сознании как опыт переживания значимых событий и передаются через устную традицию. С изобретением книгопечатания социальная память обретает опосредствованную знаковыми системами реконструктивную форму. Постепенно от стихийного накопления ретроспективной информации общество переходит к целенаправленному отбору и сознательной организации информации, благодаря чему социальная память, история и общественное сознание приобретают все большую хронологическую глубину и системную целостность.

Социальная память не просто сохраняет и упорядочивает информацию о прошлом. Суть памяти в воспроизведении, т.е. актуализации информации. Актуализируемая ретроспективная информация извлекается из долговременной памяти, преобразуется и воспроизводится в конкретном социальном контексте. То есть социальная память – это механизм *отбора и преобразования* актуальной общественной информации в информацию о прошлом с целью сохранения накопленного общественного опыта и передачи его от поколения к поколению. История, таким образом, конструируется в целях создания эффективно работающих программ социального управления. Системно-оформляющим и поддерживающим содержание социальной памяти фактором является государство и связанные с ним общественные институты.

Все три формы социальной памяти – репродуктивная, реконструктивная и конструктивная – сохраняются в современном общественном сознании. Это является одной из причин того, что вытеснение социально значимой информации или ее актуализация, противоречащая социокультурным ценностям, приводят к противодействию этим процессам. Ни власть, ни авторитетное лицо не в состоянии возвести какую-либо актуальную новацию

¹ Ушинский К. Д. Родное слово // Собрание сочинений. Т. 2: Педагогические статьи 1857–1861 гг. / К. Д. Ушинский. М., 1948. С. 554–574.

в ранг традиций или отменить какой-либо обычай. Известны слова Анны Ахматовой об этом: «Вот что значит великая страна. От них все упрятали, а они все открыли»¹. Традиции формируются в процессе практической деятельности и превращаются в привычки, обладающие неодолимой побудительной силой. Погруженные в глубины социального бессознательного, традиции охраняются общественным мнением и их принудительная сила гораздо больше принудительной силы юридических законов, ибо она обусловлена непосредственным жизненным опытом. Вместе с тем, традиция – это преемственность, а не повторяемость. В реальной жизни традиция выступает своеобразным регистром восприятия, подвержена интерпретации, поэтому культура – воспроизводство, а не повторение. Таким образом, социальная память является ключевым фактором формирования общественного сознания и идентичности людей. Социальная память стихийно формируется, реконструируется, конструируется. Отбор тех или иных социокультурных ценностей обусловлен общественной целесообразностью и объективной необходимостью на каждом отрезке исторического развития.

Являясь ключевым элементом общественного сознания и определяя его бытие во времени, социальная память влияет на формирование культурного капитала как присутствующей в общественном сознании ценностной установки, определяющей характер социального взаимодействия и специфику жизнедеятельности в целом. Наличие культурного капитала определяет культурный статус города.

В условиях рыночной экономики имеет значение экономический капитал, вместе с тем, ориентация на материальное благополучие и связанный с ним социальный успех, может сопровождаться утратой онтологически значимых факторов экзистенциального плана. Этим объясняется активный интерес современного общества к культурным феноменам, их востребованность в социальном пространстве и, как результат, активная поддержка культурных

¹ Чуковская Л. К. Процесс исключения. М. : ЭКСМО. С. 28.

проектов на государственном уровне, что говорит о сближении экономического и культурного капитала. Как отметил Д.А.Аникин, несмотря на то, то символический капитал оперирует иными категориями (честь и престиж), нежели экономический капитал (товар), он может быть конвертирован в конкретную экономическую стоимость. Так, например, «на буме социальной памяти в современном российском обществе строится разветвленная туристическо-развлекательная индустрия. Туристические маршруты обязательно включают в себя исторические памятники. Вокруг «мест памяти» разворачивается оживленная торговля сувенирами, которые построены на сознательной эксплуатации образов прошлого»¹. С другой стороны, на фоне нивелирования традиционных гуманистических ценностей в условиях глобального распространения рыночной экономики, экономическая стабильность, как указывал Бурдье, достигается благодаря нетрадиционным для этой сферы действиям, демонстрирующим ответственность, порядочность, гуманизм. То есть, благодаря выработке и использованию культурного капитала.

Каждой эпохе соответствует свой уровень развития общественного сознания, свои ценности, характеризующие накопленный объем знаний и способы их передачи.

Развитие общественного сознания осуществляется через социальный кризис, следствие которого - трансформации социокультурных ценностей. Эта трансформация происходит также в результате деятельности его пассионарных личностей, выстраивающих новую систему ценностей в процессе адаптации и поиска идентификации в условиях социальной динамики.

Человек – существо активное, деятельное, склонное к целенаправленному преобразованию среды обитания. Он упорядочивает пространство, создает собственный мир, в котором продолжается его жизнедеятельность,

¹ Аникин Д. А. Указ. соч. С. 284.

воспитываются дети, сменяются поколения. В процессе своего развития город становится центром максимального сосредоточения человеческих усилий по организации собственного бытия. Как любое жизненное пространство город становится триггером, запускающим важнейшие механизмы личностного становления.

Человек является универсально-уникальным фактором обновления исторического процесса, главное внимание в этом процессе уделяется изначально-бытийному измерению человека, его «бытийной конституции»¹.

С одной стороны, человек является порождением своего города: его жизнь во многом зависит от политических и экономических обстоятельств, предоставляемых возможностей реализации, с другой – сам участвует в становлении города. С давнего времени прослеживается зависимость статусности города от влияния и активности руководства: названия великих городов неразрывно связаны с именами их правителей. Культурный статус каждого города в любой исторический период напрямую связан с деятельностью того или иного общественного или политического лидера.

Каждая эпоха порождает образы легендарных личностей – носителей ценностей, значимых и приоритетных для большинства. Через мифологизацию этих личностей происходит утверждение ценностей в общественном сознании. Как писал П.Вайль, «Связь человека с местом обитания загадочна, но очевидна... Ведает ей известный древним, гений места, связывающий интеллектуальные, духовные, эмоциональные явления с их материальной средой»². Деятельность известной личности может стать важнейшим фактором территориальной идентичности, формирования символического капитала территории. Концепт «гений места» отражает культурные связи, возникшие в результате взаимодействия исторической личности и определенного места, так или иначе связанного с этой личностью:

¹ Невелева В. С. Антропологический принцип в философии истории (от современности к истокам). Челябинск : ЧГАКИ, 2001. 165 с.

² Вайль П. Гений места. М. : АСТ : CORPUS, 2017. С. 9.

«...образная или символическая топография живет в нем [месте] действительными памятными локусами, перемещаемыми и размещаемыми воображением творца согласно строгим и необходимым законам метагеографического воображения»¹.

Существуют различные варианты связи «Гения» и «Места»:

– гений места как «общий предок»: ситуация, когда «бренд» известной личности идентифицируется с данной местностью (так, к примеру, образ Ермака ассоциируется с Тобольском);

– гений места как «дитя города»: иногда город взращивает своего Гения, а потом гордится результатами его деятельности (примером могут служить все города, где родились и провели часть своей жизни известные люди);

– город как «дитя» гения: в этом случае памятные места города (а иногда и сам город) являются результатом деятельности определенной личности (пример – Петр I и Санкт-Петербург).

Многие города успешно используют связь со «своим» гением. Для большинства людей на планете Зальцбург ассоциируется с Моцартом, Париж – с Дюма, Верона с Шекспиром, Барселона с Гауди, Копенгаген - с Андерсеном, Прага - с Гашеком. Бывает так, что литературные герои более популярны в связанной с их образами городской среде, чем их всемирно известные авторы. Большой популярностью пользуются литературные маршруты, когда турист следует за литературными героями или погружается в мир творчества писателя, посещая места его жизни и творчества.

Между городским жителем и городом существуют взаимосвязи, не ограничивающиеся очевидными деловыми и бытовыми аспектами. Существует и определенная ментальная связь, прослеживаемая в неких неутилитарных сопричастностях. Об этом в своих работах говорят многие исследователи: к примеру, Ч. Лэндри, отмечает стремление к пониманию

¹ Замятин Д. Н., Замятина Н. Ю. Гений места и город: варианты взаимодействия // Вестник Евразии. 2007. № 1 (35). С. 64.

«"горожанина как потенциала развития" города...»¹, подчеркивая тем самым, что город – не только место проживания человека, но и место его самоопределения, духовного роста и формирования адекватной самооценки. Комфортная городская атмосфера способствует созданию и поддержанию позитивных связей, дискомфортная же заставляет человека искать новые варианты организации своей жизни. Кроме того, город, стремящийся к самосовершенствованию, может стать не только местом выживания, но и спасения человека, местом поиска источника жизненной энергии и обретения человеком своей сущности², и такая позиция самым непосредственным образом выражается в его культурном статусе.

Итак, время, пространство и люди с их ценностями создают хронотоп города. Городской хронотоп – это городская повседневность: популярные публичные места, наиболее распространенные занятия местных жителей, исторические достопримечательности города, а также темп и ритм общественной жизни. Городской хронотоп существует как фон, на котором разворачиваются события настоящего. Он хранит в себе идентификационные значения, обладает интегративным потенциалом, является предпосылкой формирования городского капитала – ценностной составляющей городского пространства, определяющей качество жизни горожан и гостей города. Городская повседневность является стабилизирующим и оптимизирующим фактором, снижающим напряженность и риски, которые могут ожидать человека в динамично развивающейся социальной среде.

Кроме большого хронотопа города в сознании каждого человека складывается индивидуальный хронотоп, который зависит от условий проживания, профессиональной деятельности, уровня образования, индивидуальных личностных особенностей. В отличие от большого хронотопа малый хронотоп выстраивается в соответствии с экзистенциальной направленностью конкретного человека - его переживанием времени и

¹ Лэндри Ч. Креативный город. М. : Классика–XXI, 2006. С. 51.

² Денисов С. Ф. Библийские и философские стратегемы спасения: антропологические этюды. Омск : Изд-во ОмГПУ, 2004.

освоением пространства. Переживания могут иметь как положительную, так и отрицательную окраску, но они всегда активизируют чувства и мышление, вызывают к жизни образы, определяющие состояние сознания. Места памяти, вобравшие в себя эмоциональный опыт, становятся активаторами значимых смыслов, характеризующих связь человека с городом, особым образом «кодирующих» пространство, обладающее ресурсным потенциалом. Д.Н.Замятин описал разные стратегии, связанные с образом мест¹. Как показала Ю.Р.Горелова, позитивный образ территории означает, что люди хотят здесь жить и отдавать силы на развитие места, негативный означает, что люди постараются покинуть территорию².

Городская среда, поддерживая человека в повседневной жизни, может стать препятствием для индивидуальной реализации, личностного роста. Вместе с тем противоречия большого и малого хронотопов могут оказаться причиной изменения человека и преобразования городской среды.

Время и пространство – условия, в которых оформляются потребности человека, реализация этих потребностей создает новые условия, следствием чего оказывается изменение самого человека. Современные горожане активно включаются в организацию городского пространства, становятся инициаторами разнообразных градостроительных и социальных проектов, культурных мероприятий как традиционных, так и новаторских по своему содержанию и форме. Малый хронотоп города, связанный с внутренним состоянием личности, включающим в себя отношение к месту и времени, играет все бóльшую роль. У современных городов появляется все больше возможностей сделать свое пространство самобытным и ярким. «Важнейшая задача любого города – выявить и научиться качественно эксплуатировать свои специфические возможности и ресурсы, определив себя как центр технологии, или финансов, или моды, или наследия. И, что более существенно, научиться адаптировать и применять творческие способности своих жителей

¹ Замятин Д. Н. Культура и пространство: моделирование географических образов. М.: Знак, 2006. 485 с.

² Горелова Ю. Р. Образные характеристики городской среды: сущность, механизмы формирования, классификация // Омский научный вестник. 2012. № 3. С. 234–237.

к любым открывающимся возможностям и потребностям. В этом смысле города и конкурируют, и взаимно дополняют друг друга»¹. Городская среда создает предпосылки для становления человека, а его эмоции, чувства и желания становятся импульсом для творческих проектов, встраивающихся в городскую повседневность. Так происходит превращение объективного городского пространства в живой, наполненный личностными смыслами, вызывающий чувство причастности, уважения, гордости и вдохновение жизненный мир. Сегодняшние города – это города-предприниматели, их культура и благосостояние во многом зависят от деятельности граждан, от их ценностных приоритетов².

Каждый город хранит свою историю побед, достижений, значимых событий, увлекательных сюжетов. Большой городской хронотоп не совпадает с индивидуальным хронотопом, но, если он может предоставить возможности для развития, город обретает ресурсы в виде людей. Так происходит накопление не только материального, но и социального, духовного капитала. Поддерживаемая новыми социальными и культурными практиками, актуализированная городскими нарративами, оживляемая в сознании горожан, владеющих сакральными кодами городского пространства, история города может стать фактором оптимизации социальных взаимодействий в большом масштабе.

Таким образом, формирование статусов городов определяется стратегией освоения пространства и времени. В доиндустриальный период акцент делался на освоение физического природного пространства/покорение территорий. Эталон времени – вечность, утверждался традицией, определяя устойчивость общества. Система статусов имела жесткую структуру и не подвергалась изменениям. Абсолютной доминантой являлся столичный город, статус которого был связан с верховной властью. В обществе модерна

¹Лэндри Ч. Указ. соч. С. 51.

²Невоструева К. Н. Городское культурное пространство как предмет исследования (на примере Перми): к постановке проблемы // Вестник Пермского государственного технического университета. 2010. № 3. С. 29–37.

центральной становится идея прогресса – времени, изменения, развития. Многоплановая отраслевая специализация «поглощается» идеей идеального будущего, поэтому приоритет по-прежнему имеет государственная столица, периферийные города не получают ресурсов для серьезного развития. Постмодерн совершается «здесь-и-сейчас». Расширяющиеся масштабы и увеличивающиеся скорости делают невозможными долгосрочные стратегии снимая значимость всего, кроме сиюминутной связи, случающейся коммуникации, порождающей сложность смыслового пространства. Эта ситуация принципиально открыта для оформления и актуализации множества статусов. В современном коммуникативном пространстве отчетливо прослеживается возрастание значимости столиц регионов, малых городов с их хозяйственной специализацией и культурной спецификой.

Если человек модерна уверенно утверждает в своем стремлении к идеалу – имеет основания, цель и гарантии, закрепленные государственной властью в соответствующих социальных институтах, постмодерн ставит под сомнение любые ориентации. В глобализирующемся рискогенном обществе горожанин должен найти прежде всего экзистенциальную поддержку, и поиск этот не имеет временных или пространственных ограничений: в организующей социальной реальности коммуникативной сети на равных правах существуют прошлое, настоящее, виртуально-возможное. Город становится универсальной опорой: его материальная среда, инфраструктура и повседневные практики – исторически сложившееся пространство «здесь-и-сейчас» совершающейся жизни – аккумулирует опыт, способный воспроизводить экзистенциально значимые смыслы. Будучи центром максимального сосредоточения человеческих усилий по организации собственного бытия, город становится триггером, запускающим важнейшие механизмы становления человека и общества.

Городская среда создает контекст, в котором актуализируются потребности людей. Устойчивые формы реализации потребностей определяют качественное своеобразие городской культуры.

При всем многообразии трактовок города, используемых его исследователями, можно выделить три основные составляющие, конституирующие город как феномен. Город – это среда, люди, отношения¹. Культура города – это порядок, формирующийся в результате осуществления отношений. Культурный статус города зависит от позиции наблюдателя – горожанина как субъекта культурного творчества и меры его влияния на организацию социокультурного пространства. Культурный статус города – сложившаяся в нем ситуация, определяющая меру и степень возможности реализации культурных потребностей людей.

Статус как мера влияния зависит от капитала. Культурный капитал города – мера аккумуляции жизнеутверждающих смыслов и ориентирующих ценностей в реализуемой в городе программе жизнеобеспечения. Содержание культурного капитала определяется условиями времени и пространства. Для составления собирательной характеристики культурного статуса города важен анализ всех составляющих культурного пространства. Дать комплексную характеристику культурного пространства можно только «феноменологически, вскрывая те смыслы, которыми местные жители сами наделяют городскую среду»². Ситуация, сложившаяся в определенных координатах времени-пространства определяет характер значимых смыслов, которые формируются в процессе разрешения ситуации. Обретение ценностного статуса этими смыслами зависит от признания их значимости сообществом людей, то есть содержание культурного капитала зависит от общественного признания. Признание коррелирует со способностью решать жизнеутверждающие задачи в рамках порядка, артикулируемого с помощью определенных ценностных значений. Если ценности не удовлетворяют потребности общества в ответе на цивилизационные вызовы, в рамках конкретного порядка не представляется возможным решать вставшие перед

¹ Пирогов С. В. Город как феномен культуры... С. 31–37.

² Невоструева К. Н. Указ. соч. С. 30.

обществом задачи, появляется группа людей, которые создают новые ценности и формируют новый порядок.

В работе А.В. Колмогоровой «Легитимация как социо-политический феномен и объект дискурс-анализа» представлен алгоритм формирования культурного капитала в виде последовательности стадий: 1) формирование инновации как эффективной модели разрешения противоречий, 2) ее презентация в социальном пространстве, 3) достижение признания¹.

Характеризуя признание как общепринятое допущение или мнение, что использование некоторых значений является приемлемым, правильным или желательным в определенном социальном контексте и соответствует нормам, ожиданиям и убеждениям данного сообщества, автор отмечает, что этого соответствия можно достичь, реализуя прагматическую, когнитивно-ориентированную или морально обусловленную стратегии. Прагматический подход связан с осознанием выгоды инновации как для ее создателя, так и для его аудитории. Морально обусловленная стратегия связана с экспликацией возможности разрешения какого-либо противоречия в соответствии с принятыми в конкретном обществе представлениями о добре и зле. Когнитивный аспект признания инновации обусловлен выявлением ее связи с глубоко укорененными неосознаваемыми и осознаваемыми механизмами, которые лежат в основе разделяемых членами сообщества форм жизнедеятельности. Все аспекты направлены на решение проблемной ситуации.

Добиться признания – значит сконструировать в дискурсивном пространстве социума положительный образ ситуации с использованием инновации. Конструирование может иметь три стадии: 1) стадия теоретизации — распространение знаний о полезности нововведения, его особенностях и характеристиках, а также признание адекватности инновации для разрешения какой-либо проблемной ситуации; 2) стадия продвижения нововведения —

¹ Колмогорова А. В. Легитимация как социополитический феномен и объект дискурс-анализа // Политическая лингвистика. 2018. № 1. С. 35.

создание в обществе позитивного отношения к инновации преимущественно за счет умелого включения ее в существующую картину мира с ее доминантными ценностями посредством искусной медиаполитики, поддержки государства и общественных институтов; 3) стадия окончательного укоренения инновации, когда она становится естественной частью общего социокультурного контекста и не вызывает ни отторжения, ни протеста. Каждая из вышеперечисленных стадий опирается на один или несколько видов легитимности: стадии теоретизации и продвижения — на прагматическую и моральную легитимность соответственно; стадия укоренения — на когнитивную легитимность

Итогом признания должно стать восприятие ценностей, привносимых вместе с инновацией и воспроизведение базирующегося на них социального порядка. Добиться признания – значит «встроить» объект признания в систему существующих ценностей сообщества.

Воспроизводство инновации имеет четыре стадии: на первой стадии нововведение приобретает прагматическую легитимность в локальном контексте, закрытой и немногочисленной группе граждан; затем при поддержке государства, заинтересованных общественных и бизнес-структур нововведение получает моральную легитимность, становясь частью данного локального контекста, в котором граждане уже не мыслят своей жизни без еще недавно неизвестной им инновации; на третьей стадии уже обретая когнитивную легитимность для отдельного сектора гражданского общества инновация активно внедряется в жизнь всех граждан при помощи успешного «встраивания» ее в овеществленную систему норм и ценностей; наконец, на четвертой стадии инновация становится необходимой и естественной частью жизни всего общества.

Так нечто новое становится приемлемым и ценным, адаптируется к модели порядка, существующего в обществе вопреки его ожиданиям и начинает восприниматься как желательное, ценное и необходимое в сложившемся социально-политическом контексте.

На практике стратегии достижения признания реализуются прежде всего вербальными средствами, через апелляцию к авторитету, рационализацию, моральную оценку и актуализацию социальной памяти.

В качестве убедительного примера А.В.Колмогорова приводит следующий факт: «в начале 90-х хип-хоп стал скорее объектом делигитимации, поскольку рассматривался в рамках оппозиции «свои — чужие» как маркер чужой культуры. Однако благодаря дискурсивной стратегии объединения двух пропозиций «рэп — это новая эстетика» и «новое — это маркер протеста», использованной музыкальными промоутер-компаниями на волне политической нестабильности во Франции в 90-е гг., рэп стал восприниматься как символ протестной по своей сути уличной культуры, что в итоге привело к тому, что «музыка окраин и рабочих кварталов», превратившись во французском обществе в символ социального единения в борьбе за политические права, прочно и достаточно гармонично «встроилась» во французскую ценностную картину мира»¹.

Культурный капитал охватывает все сферы жизнедеятельности, степень его влияния масштабна, поэтому представители власти апеллируют к культурным смыслам, разрабатывая и реализуя программы социального управления.

Тенденции современного цивилизационного развития с одной стороны, способствуют стандартизации современных городов, с другой – превращают их в многоплановые открытые, насыщенные разнообразными социальными и культурными практиками пространства, в которых всегда стоит вопрос выбора. Качество жизни, социальный успех, индивидуальный комфорт сегодня зависят от самоопределения, траектории индивидуального пути, которую прокладывает человек в городском пространстве.

¹¹ Колмогорова А. В. Легитимация как социополитический феномен и объект дискурс-анализа // Политическая лингвистика. 2018. № 1. С. 35.

Город аккумулирует смыслы культуры и опыт технологического развития поддерживая социальный порядок. Городской хронотоп формируется исторически, вместе с ним накапливается культурный капитал города.

В заключении отметим: культурный статус города – это его позиция, предполагающая функцию управления в широком контексте смыслов и символов в процессе коммуникации на всех уровнях. Главный триггер управления – ценность – самое сильное экзистенциальное переживание. Выбор ценностей определяет идентичность. В условиях социальной трансформации идентификация происходит, главным образом, в первичных социальных обществах и малых социальных группах, формирующихся на основе естественным образом возникающих связей, обеспечивающих поддержку жизнесохраняющих ценностей и смыслов. Большую роль в формировании идентификационной стратегии играет локальность.

Таким образом, используя феноменологический подход, мы выявили семантику концепта «культурный статус» и установили основные тенденции осмысления культурного статуса как феномена в современном философском дискурсе. Культурный статус города определяется наличием культурного капитала – актуализированных ценностей, определяющих специфику организации городской среды, ментальности, особенности доминирующих устойчивых городских практик, характеризует позицию города в окружающем социокультурном пространстве. В условиях социальной трансформации актуализируется тема культурного статуса города в связи с уникальной способностью городского пространства аккумулировать жизнесохраняющие ценности и предоставлять возможности для развития, обусловленные локальной спецификой. Ключевая роль в конституировании статуса принадлежит субъектам культуры с их творческим потенциалом, воплощенным в их ценностно-целевых ориентациях. Этот потенциал реализуется через технологии, обеспечивающие признание культурного статуса, доверие к нему, а также культурный капитал, который им транслируется.

ГЛАВА 2. КУЛЬТУРНЫЙ СТАТУС ГОРОДА: АСПЕКТЫ ДИНАМИКИ

2.1. СТОЛИЦА И ПРОВИНЦИЯ: АМБИВАЛЕНТНОСТЬ КУЛЬТУРНОГО СТАТУСА

Тема статусности городов лучше всего раскрывается при исследовании дихотомии «столица-провинция», обретающей новые особенности в условиях современности. Эта дихотомия традиционно рассматривается как оппозиция «центр-периферия».

Основные воззрения на взаимоотношения центра и периферии состоят в осознании центра как небольшого в территориальном смысле, но ресурсоемкого образования, в котором объединены передовые технологические и социальные достижения и который противопоставляется необъятной периферии с замедленной модернизацией. Периферия по отношению к центру – источник ресурсов и потребитель инноваций. Оппозиция возникает вследствие неравномерного развития территорий, стратификации и иерархизации, инициирующих формирование на этих территориях различных типов идентичностей.

Выделим объективные модусы, характеризующие жизнь столицы.

1. Политико-административный: столица – это место сосредоточения основных административных учреждений и управленческого аппарата; именно из столицы осуществляется руководство деятельностью всей страны, задается тон как внутренней, так и внешней политики государства. Важнейшие мероприятия государственного значения проводятся в столице или курируются ею.

2. Экономический: столица располагает экономическим потенциалом (в нее стекаются все внутригосударственные экономические потоки, в ней же происходит их перераспределение), что позволяет городу быстрее приспосабливаться к изменяющимся обстоятельствам. Оценка показательных отраслей экономической деятельности государств

(образование, здравоохранение, культура) происходит на их «столичном» уровне. Столица руководит международными финансовыми проектами, расставляя приоритеты и определяя важнейшие направления внешнеэкономической деятельности государства.

5. Географический: для всех видов наземного и воздушного транспорта столица является основным узлом координации грузового и пассажирского потоков. Удобное географическое положение позволяет столице быть одновременно и защищенной от внешних угроз, и доступной для разностороннего культурного диалога.

6. Престижность проживания: развитая инфраструктура, высокие доходы, низкий уровень безработицы, высокое качество и широкий ассортимент предлагаемых услуг – все это объясняет стремление значительной части населения к переезду в столицу. Все неудобства проживания в столице-мегаполисе (высокая стоимость жилья, транспортные проблемы, скученность проживания и др.) нивелируются престижностью проживания и широкими возможностями самореализации.

7. Лидерство в применении достижений науки и техники: ведущие научно-исследовательские центры, инновационные технопарки, передовые учреждения науки, техники, здравоохранения и других сфер деятельности государства чаще всего расположены именно в столице. Столица – это всегда полифункциональный коммуникационный узел, позволяющий максимально эффективно использовать достижения цивилизации.

8. Столица характеризуется ярко выраженной дифференциацией общественной деятельности по видам и направлениям; социокультурным разнообразием; высокими показателями мобильности и динамики культурных процессов; толерантностью поведения и сознания; насыщенностью и динамичностью процессов взаимодействия между социальными группами; вариативностью поведенческих моделей; высокой интенсивностью

инновационных процессов; информационной наполненностью; свободой личностного выбора¹.

В столице проще делать бизнес и карьеру, легче найти высокооплачиваемую работу. Как правило, столичные города красивы и благоустроены, в них формируется особый столичный образ жизни, расширяются виды досуга. Случается, что в рамках одного поколения общее число иммигрантов преобладает над количеством местного населения. Наличие представителей различных субкультур является визитной карточкой столицы. По мнению А. Левинсона, «Столица ... должна быть поликультурна, полиглотична, полисемиотична, полинормативна и многое другое»².

А.М. Карпеев описал варианты восприятия столичной городской среды и аспекты переживания воспринятых возможностей человеком, осваивающим столичный пространственно-временной континуум. Исследователь выделил „олимпийский“ (высоких зрелищ зритель), „дионисийский“ (опьянение столицей), „тотемный“ (увидеть героя), „авантюрный“, „имперский“ (моя родина в Городе), „хтонический“ (единая почва, единая кровь)»³, типы восприятия и дал им пояснение. «Олимпийство» связано с тем, что столица – место обитания подлинных образцов культуры, на встречу с которыми стремится каждый. «Дионисийство» обусловлено тем, что столица предоставляет неограниченные возможности: попади в ритм столичной жизни и воспользуйся им! «Тотемы» связаны с представлением о том, что в столице живет мой начальник, покровитель (такие личности «задают столичность»). Приезд в столицу – приезд «на поклон». «Хтонизм» раскрывается в связи с восприятием столицы как глобального фетиша, дух которого выражен не в определенных вещах, а в общей анонимной незыблемости. «Авантюра»: столица – место, где человек, отказавшись от идиллий, может измениться и выйти на совершенно новый уровень. «Империя» связана с восприятием

¹См.: Пирогов С. В. Конспект лекций по курсу «Социология города». Томск, 2003 // StudFiles. URL: <https://studfile.net/preview/7078636/> (дата обращения: 20.10.2024)

²Левинсон А. Опыт социологии : статьи. М. : Новое литературное обозрение, 1999. С. 73.

³Карпеев А. М. Провинциальный образ столицы // Век XX и мир. 1999. № 3. URL: <http://old.russ.ru/antolog/vek/1994/3-4/provin.htm> (дата обращения 23.03.2015).

столицы как модератора культуры государства. Это место для человека хоть и не родное, но подлинное; место, приобщающее к главным ценностям культуры. «Реальное»: столица представляет собой уникальный в своем единстве образ, изменчивый, но всегда объективно существующий¹.

Концепция столицы начала складываться в Европе в XVII веке в связи с возникновением наций, когда один из наиболее развитых и удобных в геополитическом отношении городов начинал играть важную роль в самоопределении нации и ее представленности во внешнем мире. Выбор столицы всегда определяется государственной властью, в ней располагаются институты государственного управления. Высший статус столицы среди других городов государства общепризнан и не подвергается сомнению.

Начиная с древнейших времён столичность связывалась с сакрализацией властного дискурса, этим объясняется приоритетное наполнение столичного города материальными ресурсами, передовыми технологиями, культурными ценностями². Столица становилась не просто средоточием административного аппарата, но и культурным центром: «В центре (столице) аккумулируются ценности и представления, которые лежат в основе формирования общественной святости»³. На центр возлагается символическая функция формирования коллективных идентичностей через приобщение к общему социальному, культурному и политическому порядку и к участию в этом порядке⁴.

Среди многочисленных функций столичных городов В.И.Россман выделил интегративную - способность столичного центра фиксировать и воплощать в себе аспекты и элементы единства нации⁵. Это единство часто

¹ Карпеев А. М. Провинциальный образ столицы // Век XX и мир. 1999. № 3. URL: <http://old.russ.ru/antolog/vek/1994/3-4/provin.htm> (дата обращения 23.03.2015).

² Кузьмина Н. В. Культурные ландшафты российских мегаполисов: символично-семиотический аспект // Урбанистика. 2018. № 1. С. 54.

³ Шилз Э. О. О соотношении центра и периферии. Ценностно-смысловой аспект ядра и периферии // Американская социология: перспективы, проблемы, методы. М., 1972. С. 348–359.

⁴ Эйзенштадт Ш. Революция и преобразование обществ: сравнительное изучение цивилизаций. М.: Аспект Пресс, 1999. 416с.

⁵ Россман В. И. Столицы. Их многообразие, закономерности развития и перемещения. М.: Изд-во Ин-та Гайдара, 2013. 333 с.

происходит за счет компромисса между двумя или более этносами, религиозными или этнолингвистическими группами, между местными и общенациональными интересами, между самыми крупными городами страны, между глобальностью и национальностью, а также между международным и партикулярным. Культурный статус столицы определяется ее ориентированностью на «сложность, т.е. нетождественность культурных, информационных и иных потоков, их разнообразие, пересечение и переплетение, взаимопроникновение. И в этом её главное отличие от провинциальности».¹ В процессе своего становления столица становится зоной баланса, равновесия между различными силами и интересами, которые присутствуют в стране, городом, в котором вырабатываются, оформляются и представляются нормативные правовые и моральные принципы.

Столица с ее регламентируемыми на государственном уровне социальными практиками и визуально выраженными смыслами является городом-символом, транслирующим идеи определенной идентичности. «В каждой национальной столице, как в книге или фильме, есть свой сюжет, воспроизводящий отредактированную версию национальной истории. В этом сюжете есть свои герои, свои злодеи, в нем закодированы образы прошлого и образы будущего. Столица представляет собой образ нации в одном городе. В обустройстве столичного города, в его архитектурном ансамбле и формах нация конструирует себя так же, как в национальной литературе и музыке, но этот поиск носит более сознательный характер и происходит с серьезным участием государства»². Все это позволяет столице распространять многообразные образцы столичной культуры и стандарты поведения, делая их авторитетными и престижными для всей страны. Этим объясняется мифологическое представление о столице, «когда она понимается в качестве оплота культуры, как сила, укрывающая и защищающая культурный космос,

¹ Кузьмина Н. В. Указ. соч.

² Россман В. И. Указ. соч.

на который давит со всех сторон дикая степь, энтропия бескультурных пространств»¹.

В столице концентрируется элитарная культура, характеризующаяся духом аристократизма, ценностью сложных смыслов, самодостаточностью, раскрывающая специфику самоидентификации и представленности нации во внешнем пространстве как определенным образом упорядоченной уникальности. Эта культура, создаваемая профессиональными творцами, отличающаяся утонченностью, высоким качеством культурного продукта, доступна привилегированной части общества, ее существование обеспечивается наличием специальной подготовки.

Столица, будучи вершиной административно-политической иерархии и ядром центростремительных информационных и финансовых потоков, всегда ставит во главу угла свои интересы, пользуясь ресурсами остальных территории государства, необозримых и часто даже неизученных: «столица, стоящая над и вне прочего бытия, пребывающая как бы в своем собственном времени» оказывается дистанционированной².

Провинциальность – это феномен, фиксирующий отличие городского пространства от столичного, а в самом общем виде – центрального. Отметим, что в русском языке слово «провинция» появилось в качестве обозначения административно-территориальной единицы в результате реформ Петра I (нач. XVIII века). Несмотря на то, что после 1780 года провинция прекратила своё существование как элемент административного деления, понятие осталось. «Провинцией стали называть все то, что находилось за пределами обеих столиц, а провинциалом – человека не просто из этой территории, но с определенным типом ментальности, мировосприятия»³.

¹ Богомяков В. Г. Мифы столицы и мифы провинции // Топос : литературно-философский журнал. 2004. 17 мая. URL: <http://www.topos.ru/article/2339> (дата обращения: 23.03.2015).

² Кислов А. Г., Шапко И. В. Социально-топологическое оправдание провинции // Эксперт. 2001. № 44. URL: <http://ecsocman.edu.ru/images/pubs> (дата обращения 23.03.2015).

³ Юдин А. В. Концепты «провинция» и «регион» в современном русском языке // Отечественные записки. 2006. № 5 (32) С. 22.

Смысловое наполнение феномена провинции в сознании человека чаще всего связано с географическим фактором. Для российского менталитета этот фактор является наиболее существенным. Для столичных и провинциальных территорий характерен разный ландшафт. Чем больше разрастается столичный город, тем сложнее найти в нем природную естественность. И наоборот, чем дальше от центра, тем меньше магистралей, крупных комбинатов, энергопередающих конструкций и больше нетронутых территорий, свободных от влияния цивилизации. Если столица, локализовавшись на определенной территории, стремится расти вверх и вглубь, то провинциальный город, свободный от физического сдавливания местностью, по-прежнему может себе позволить простор, свободу и гармонию с природой¹.

С пространственной разницей созвучна и разница во времени. В центре, в столице время «сконцентрировано». В не-центре, провинции оно словно растекается в глубину природного ландшафта, замедляя свой темп. Если в столице времени катастрофически не хватает, то в провинции создается иллюзия «длинного времени», когда торопливость неестественна и даже вредна. Монотонность провинции противопоставлена полифонии столицы. Провинцию часто отождествляют со скукой, размеренностью, а столицу рассматривают как город множественных выборов, больших возможностей, динамики.

Если восприятие столицы всегда ассоциируется с городом, мегаполисом, то представление о провинции шире и неустойчиво. Смысловое наполнение понятия «провинция» у жителя столицы, областного центра и глухой деревни будет отличаться. Жители крупных российских городов, областных и окружных центров с населением около миллиона человек, пусть и неохотно, но обычно признают условную провинциальность места проживания, однако

¹ Санникова, Т. О. Традиции и новации в процессах взаимодействия столицы и провинции // Лабиринт : журнал социально-гуманитарных исследований. 2012. № 3. С.77.

настоящая провинция для них начинается там, где для столичного жителя уже «глушь», т.е. в районных центрах и других небольших городах. Исследуя смысловое наполнение понятия «провинция», А.В. Юдин отметил, что ни столичные жители, ни жители провинциальных городов не считают провинцией деревню. Это подтверждают и языковые данные (невозможны сочетания типа «провинциальная деревня», неприемлемы и внутренне противоречивы фразы типа «Он уехал жить в провинцию и поселился в деревне»). «Разница, видимо, в том, что в провинции, в отличие от деревни, ведут пусть и провинциальную, но городскую жизнь»¹. В любом случае образ города – даже небольшого, заштатного, забытого Богом и т.п. – прочно встроен в «наивный языково-культурный образ» провинции...»². Исследователь выделил особенности, присущие статусу города, в отношении которого применимо понятие «провинциальный»: это город, меньший по размерам и по общественно-культурному значению, удаленный от центра, от столицы, имеющий иной внешний вид, наделенный иными атмосферой и стилем жизни, характеризующийся неклассическим, диалектным языком общения и т.д.

Э. Шилз в своих исследованиях пришел к выводу, что существует два основных концепта для раскрытия семантики слова «провинция». Первый – пространственный – характеризует провинцию как некую отдаленную от столицы территорию с центром в небольшом городе. Второй – социальный – показывает провинцию как определенный набор общественных организаций, взаимодействующих на ее пространстве; в этом контексте провинция предстает как независимая структура, контактирующая на равных правах с другими и отличающаяся специфичностью, выраженной в различных аспектах социокультурной жизни³.

В масштабах России провинция – это значительная часть территории, несопоставимая по площади и численности населения со столицей. В

¹Юдин А. В. Указ. соч.

²Там же.

³ Шилз Э. Общество и общества: макросоциологический подход // Американская социология: перспективы. Проблемы. Методы. М., 1972. С. 341–359.

настоящее время для российской мысли характерны несколько точек зрения на содержание понятия «провинция»:

- провинциальный город – очаг застоя и увядания;
- провинциальный город – исток истинной, настоящей философии и культуры, отличной от искусственной столичной;
- провинция – «...вызов реформаторской и новаторской деятельности столицы»¹.

Провинция - не столица, но и не деревенский мир, – писал М. Ф. Ершов, - это «некое очеловеченное пространство, связанное с городской жизнью»², которое заимствует, сохраняет и трансформирует культурные смыслы. При этом, однако, пространство, наделённое чертами провинциальности, отличает культурная традиция и инерция, консерватизм, низкая способность к самообновлению, замкнутость. В то же время «провинциальность» как культурный феномен способна «репродуцировать оригинальное и неповторимое содержание культуры»³, действительно проявлять себя в деле сохранения ценностно-смыслового ядра локальной культуры, сконцентрированной в провинциальном городе.

А. Тойнби утверждал, что высокий уровень культуры/цивилизации вызывает ослабление географической привязанности⁴. Одновременно с сакрализацией центра возникает необходимость обозначения собственной самости территорий, центром не являющихся. Идентичность территорий выстраивается по различным основаниям, но для всех провинциальных территорий существует нечто общее. В провинциальном городе пространство менее концентрировано и более вариативно в применении, а значит, может быть использовано самобытно. Эта оригинальность делает провинциалов носителями своеобразного менталитета. Жители провинциальных городов

¹Звоновский В. Б. Российская провинция: массовое сознание и социальные институты // Общественные науки и современность. 2003. № 3. С. 78.

² Ершов М. Ф. Социокультурная эволюция образов очеловеченного пространства: общетеоретические и конкретно-исторические аспекты. Ханты-Мансийск : Печатный мир г. Ханты-Мансийск, 2013. С. 86.

³ Золотникова Т. С., Новиков М. В. Личность в современной русской культуре: стратегии социокультурного изучения. Ярославль : Изд-во ЯГПУ, 2009. С. 173.

⁴ Тойнби А. Постигание истории : сборник. М. : Прогресс, 1991. 736 с.

могут позволить себе более размеренную жизнь и занятия традиционными для них видами деятельности; близкий к природному ритм не диктует им жестких условий. «Нередко в содержание понятия «провинция» вкладывается оценочная характеристика (захолустье, отсталость), на самом же деле российская провинция – это неповторимая специфическая часть национальной культуры, характеризующая диапазон и уровень наличных ценностей, трансформацию в различные типы и формы жизнедеятельности»¹. Доминирующая в провинции народная культура хранит национальный опыт, характеризующийся простотой, наглядностью, принципиальной естественностью, глубиной, основательностью, в котором, однако, иррациональное преобладает над рациональным. Для народной культуры характерны незначительность индивидуальных притязаний, коллективность творчества, анонимность субъекта-создателя. Народная, низовая культура синкретична, связана с повседневными традициями локальной местности, поэтому уникальна и самобытна.

Если регион достигает определенного прогресса в тех или иных сферах культурной жизни, то это чаще происходит не благодаря, а вопреки вмешательству столицы, когда провинция самостоятельно ищет пути реализации, используя внутренние резервы.

В условиях глобальной социальной трансформации усиливаются попытки сепарации территориальных общностей. Самыми яркими и трагичными, несомненно, являются события, происходившие в конце XX в. на Северном Кавказе, в Приднестровье и в Абхазии (территория бывшего СССР). В марте 2014 г. полуостров Крым, бывший до этого под юрисдикцией Украины, выразил желание присоединиться к Российской Федерации. Несколько крупных регионов на юго-востоке Украины отстаивали свое право на свободу волеизъявления, на сохранение своих социокультурных ценностей и

¹Роман О. В. Провинциальная культурная среда // Общественно-политическая жизнь российской провинции. XX век : краткие тезисы докладов и сообщений к предстоящей межвузовской науч. конф., июнь 1993 г. Тамбов, 1993. С. 73.

вошли в состав России как Донецкая и Луганская народные республики, Херсонская и Запорожская области. Сопоставив подобные события с происходящими в Европе инцидентами (в Великобритании, Испании и др.), будет уместно заявить уже о существующей на сегодняшний день тенденции. Определенным фактором, объединяющим эти события, является наличие ядра события – провинции, недовольной сложившимися с государством отношениями и желающей продвигать и развивать локальные культурные ценности по своему сценарию.

Э. Геллнер отметил, что изначальное стремление центра к тотальному контролю имеет под собой довольно веские основания. У государства всегда есть риски потерять территории»¹. Такая перспектива крайне нежелательна для страны. Государство стремится во что бы то ни стало подчинить регионы, используя для этого и политические, и экономические рычаги. В ответ на это общность, в свою очередь, старается сохранить самобытность и «механизм воспроизводства собственного образа жизни»².

По мнению В.А.Макаренка, в качестве аргументов в притязании определенной территорией на свою независимость выступают ее способность к самозащите от агрессора и возможность ограждения населения от дискриминации в распределении благ. В новейшей истории разногласия между государством (в лице столицы) и провинцией часто приводили к изменению геополитической картины мира. Учитывая высокий уровень организации военного дела, промышленности и других сфер административно-хозяйственной и коммуникационной деятельности, конфликт ущемленных в своих правах провинциальных территорий с метрополией чреват переходом в военные действия. Подобные события являются ответом на вызов времени и обстоятельств. Крупные и сильные регионы «скорее приспособляются к изменяющимся экономическим

¹Геллнер Э. Нации и национализм // Academia.edu. URL: https://www.academia.edu/9195285/Эрнест_Геллнер_Нации_и_на (дата обращения: 21.01.2021).

²Звоновский В. Б. Указ. соч. С. 82.

условиям»¹ и предпринимают попытки «...преодолеть свою провинциальность и приблизиться к столичности»². Основа этого стремления – твердая уверенность в незаурядности и богатом потенциале своей малой родины, несмотря на понимание ее ограниченности по сравнению со столицей.

Эффектным способом избавления от провинциального комплекса являются попытки признания своего города исключительным по какому-то признаку. Так возникло понятие неформальных российских столиц: культурной (Санкт-Петербург), «третьей» или «четвертой» (Казань, Нижний Новгород), промышленной (Тула, Тюмень, Тольятти, Иваново, Кемерово и др.), курортной (Сочи), религиозной (Сергиев Посад) и других. Претензии на столичность отражены в региональном фольклоре: «Есть в России три столицы – Москва, Рязань и Луховицы», «Есть в России три столицы – Москва, Зарайск и Луховицы», «Есть в России три столицы – Москва, Питер, Луховицы», «Тюмень – столица деревень», Сызрань – «помидорная столица Поволжья» и т.д. Жители Москвы не разделяют мнение о возможности существования столиц на основании других признаков, кроме официального, заданного государственной властью и закрепленного историей и деятельностью правительства в настоящем времени. «С точки зрения среднего столичного жителя последних десятилетий все, что не Москва – провинция, и различается лишь степенью провинциальности. Некоторое исключение делается разве что для Ленинграда/Санкт-Петербурга, о котором, однако, нередко, с оттенком грусти и горечи говорится: «великий город с областной судьбой»³.

Во второй половине XX в. столичность стала предметом пристального внимания ученых в связи с возникновением в Европе новых государств, а

¹ Власова Н. Ю. Крупнейшие города-ядра экономической и политической структуры России // Регион в составе федерации: политика, экономика, право. Нижний Новгород, 1998. С. 31.

² Милюгина Е. Г., Строганов М. В. Текст пространства: фрагменты словаря «Русская провинция» // Лабиринт : журнал соц.-гуманит. исследований. 2012. № 3. С. 33.

³ Юдин А. В. Указ. соч.

также декретированием автономий в уже существующих странах¹. Фактически возникновение новых столиц – это «феномен современности, с которым тесно связаны урбанизация, информационный и управленческий „взрывы“»². Основанием для претензий на собственную «столичность» становятся региональные, символические, политические, геолокальные и другие причины. Санкт-Петербург позиционирует себя как «вторая и культурная столица России», Саратов эксплуатирует миф «столицы Поволжья». На звание «третьей столицы» кроме Нижнего Новгорода и Казани претендуют Екатеринбург и Самара. Екатеринбург реализует квазистоличность – третья столица России и столица Урала. Множественность «столиц» фиксируется в Сибири: города Иркутск и Новосибирск соперничают за звание «столицы Сибири», Тобольск позиционируется как «древняя столица Сибири», Тюмень – «столица западной Сибири», Курган – столица Зауралья. Ростов-на-Дону позиционируется как Южная столица, Краснодар – столица Кубани, Сочи – столица Краснодарского края, Владивосток – молодежная столица России и столица Приморского края, Дальнего Востока. На роль столицы Дальнего Востока претендует также Хабаровск. Чита – столица Забайкальского края, Мурманск – столица Заполярья, Альметьевск – нефтяная столица Татарстана, Салехард – столица Ямало-Ненецкого автономного округа. Однако сама установка на роль какой-бы то ни было, но не главной столицы, содержит противоречие: столица – главный город государства, и она может быть только одна.

Культурные процессы, происходящие в столице и провинции, отличаются своей содержательностью и динамикой. Для центра определяющей является динамика социокультурных процессов, для не-центра стабилизация культурных процессов, консерватизм и традиционность.³ Стремление центра к закреплению своего положения в архитектурном облике,

¹ Лазарева И. В., Лазарев В. В., Ульмасвай Ф. С. Феномен столиц // *Общественные науки и современность*. 1999. № 2. С. 152–163.

² Лаппо Г. М., Трейвиш А. И., Гольц Г. А. Московский столичный регион: территориальная структура и природная среда (опыт географического исследования). М., 1988. С. 7.

³ Милюгина Е. Г., Строганов М. В. Указ. соч. С. 82.

средоточию социальных и культурных учреждений, подчеркивание своего положения как генерирующего социальные и культурные изменения коррелирует с инерционностью провинции, стремлением к внутренней углубленности, сосредоточенностью на своем мире, сближением с природным окружением¹. Подчиненность государственной власти и центральному управлению является ключевой характеристикой провинциальности. Традиционно из столицы уезжали — и теперь снова стали уезжать — в провинцию в поисках независимости, а из провинции стремились в столицу, чтобы иметь возможность сделать карьеру. Провинция привлекала возможностью избавления от диктата власти, а столица, наоборот, близостью к механизмам управления страной, концентрацией духовной жизни в сферах искусства, науки, философии. С другой стороны, независимость для провинции относительна, поскольку выбор человека здесь ограничен.

«Различие провинции и столицы не абстрактно-ценностное, т.е. не означающее, что одна лучше другой, а функциональное. Обе лучше, и обе хуже, но в разных отношениях, ибо они дополняют друг друга в целостной жизни нации и потому друг другу необходимы. Таким образом, борьба–сотрудничество, спор-согласие определяют взаимодействие столицы как центра и провинции как окраины. Таким образом, «провинциальность – понятие амбивалентное, двойственное: с одной стороны, оно воплощает подражательность, упрощенное копирование столичного образа жизни, а с другой – известную духовную независимость от столицы, отстраненность от ее политических интересов и оппозиционность господствующим порядкам»².

Важные интуиции, позволяющие приблизиться к пониманию взаимоотношения столицы и провинции, их статуса содержатся в статье М.В. Гуреева «Моральная кодификация столицы и провинции: общее и

¹ Санникова Т. О. Традиции и новации в процессах взаимодействия столицы и провинции // Лабиринт : журнал социально-гуманитарных исследований. 2012. № 3. С. 77.

² Каган М. С. Москва – Петербург – провинция... С. 16.

особенное»¹. Если мораль понимать как онтологическую составляющую, обеспечивающую воспроизводство общества и проявляющую себя в дискурсивных практиках, можно обратить внимание на разницу в кодировании смыслов, реализуемых в повседневных практиках в столице и провинции. В столице кодификация носит искусственно-регламентированный характер, в провинции же мораль кодифицируется естественно-спонтанным образом и в этом смысле кодификацией называется лишь условно. Отличительной чертой является также уровень соотношения тайного и явного в передаче и трансляции того или иного опыта, знания, установок. Столичная моральная кодификация целиком и полностью экзотерична, вербализована, растиражирована, но эта экзотеричность очень часто преследует перед собой тайные цели тех, кто является её инициаторами; а таковыми, как правило, выступают представители власти. Провинция, как правило, эзотерична, тяготеет к некоей тайне, к уходу от излишних разговоров, к неразрывной связи с непосредственной практикой. Причём эта тайна складывается естественным образом: для того, чтобы понять провинцию недостаточно быть талантливым человеком или кропотливым исследователем. Необходимо прожить жизнь на конкретной территории, только тогда, изнутри можно раскрыть «тайну» провинции, рассмотрев, казалось бы, очевидные объекты, явления и процессы в естественных для них природном и социальном контекстах. Тайна моральной кодификации провинции не в сознательном сокрытии чего-либо, не в стратегическом засекречивании, а в диалектике внешнего и внутреннего, формального и приватного.

Значительные отличия существуют и в менталитете городского и провинциального жителя. Сознание среднестатистического столичного жителя отличается его быстрее адаптацией к изменяющимся внутренним и внешним условиям. Столичная динамика нередко приводит и к чрезмерной

¹ Гуреев М. В. Моральная кодификация столицы и провинции: общее и особенное // Портал научно-практических публикаций. 2018. 23 апреля. URL: <https://portalnp.snauka.ru/2018/04/10019> (дата обращения: 21.11.2023).

поверхности, к смещению акцента той или иной социокультурной работы с процесса на результат. В этой способности к адаптации, в скорости усвоения новых кодов культуры состоит принципиальная особенность, различающая столицу и провинцию. Чем далее вглубь страны, тем сильнее темпы принятия новых решений замедляются. «Наше слово «глубинка» несет в себе и момент дистанционности (где-то далеко, комбинируясь с «глушью», где о чем-то новом узнают позже, опосредованно) и важный момент «глубины», определенного постоянства, укорененной значимости. В этой семантике раскрывается важное качество стабильной социокультурной системы, позволяющей «волнам» изменений идти по поверхности, не делая мутным перестраиваемое пространство. Но постепенно они все равно оказывают влияние»¹.

Столичный эмансипированный житель имеет преимущества в отстаивании своих личных прав, нравственных критериев различения добра и зла, однако, казалось бы, меньшая роль личностной позиции провинциала компенсируется тем, что пока он не согласует свою нравственную позицию с общепринятой моральной, социальный механизм работать не будет. То есть, как уже, эффективность использования инновации зависит от удачного созвучия регламентированного комплекса норм и правил, привнесённых извне, и нравственного мироощущения людей.

В центре аккумулируются основные ценности, идет апробация новых технологий, которые затем распространяются на периферийные районы. Копирование не является отрицательным явлением, поскольку создает устойчивость. Как справедливо заметила Н.А. Галактионова, тиражирование важно для формирования культурной идентичности обширных территорий с полиэтническим, поликонфессиональным составом. Единый культурный код создается многократным повторением². Однако объективные территориальные различия препятствуют политике унификации культурных

¹ Санникова Т. О. Указ. соч. С. 79.

² Галактионова Н. А. Соотношение центра и периферии в провинциальной идентичности // Вестник Омского университета. Серия «Экономика». 2015. № 3. С. 94–98.

ценностей. Любой унифицирующий процесс глобализации будет остановлен потенциалом локальной культуры. Поэтому известная формула «Мыслить глобально, но действовать локально» является стратегически верной. Провинция в общенациональном масштабе призвана выступить в роли преобразователя инновационных моделей культуры, инициируемых центром, в реальные формы жизни. «Вторичность», «инертность» провинциальной культуры предстают не как «косность», а скорее, как своеобразное «притормаживание» социальных преобразований, необходимое для совершения рефлексии общества над логикой и направленностью социально-исторического процесса.

Обмен смыслами между центром и провинцией идет постоянно. Есть изначальная установка на диалог или его отрицание, подспудно он все равно существует.

Как отмечает А.А.Овсянников, устойчивый мир с чёткими государственными границами, национальными государствами и законами, базирующийся на традиционных ценностях, уходит в прошлое; одной из главных особенностей глобализирующегося мира является состояние широкомасштабного кризиса, проявляющегося в виде экономических, экологических, демографических, социальных, политических, культурных и других проблем. Одним из последствий глобального кризиса является быстрая, буквально в течение одного-двух поколений, смена социокультурных парадигм. Высокая скорость социокультурных трансформаций имеет глубокие и неоднозначные последствия, отражается на повседневной жизни, что не может не вести к изменению ценностных ориентаций, мотивации поведения, всего процесса социализации личности. К примеру, суть рыночных отношений – экономический либерализм, конкуренция, стремление к прибыли, с одной стороны, пробуждают

инициативность и активизируют людей, с другой, ведут к зарождению двойной морали, отчуждению, а затем и психическим фрустрациям, неврозам¹.

Традиционная составляющая обеспечивает существование социокультурной реальности: образует «коллективную память» урбанистического сообщества и отдельных социальных групп, тем самым обеспечивая преемственность в их развитии, что является важным условием сохранения социального порядка. Новационная же составляющая выражает способность мегаполисного социума к адаптации к стремительно меняющемуся окружающему миру, что делает возможным разрешение непосредственно стоящих и насущных для общества и человека проблем.

Как заметил В.В.Скоробогачкий, «культурный потенциал цивилизации, уровень ее возможностей связан с провинцией, но реализация возможностей происходит на верхнем уровне, в столице, которая есть предел возможного»².

Периферия не безгранична, окружность с бесконечно длинным радиусом теряет изгиб, совпадает с прямой и перестаёт быть только окружностью. Провинции не безграничны. Безграничные провинции расползаются от центра в самостоятельное бытие заполняя собой всё. Кто мы такие, когда мы — всё? Риторический вопрос, заданный на научном семинаре, посвящённом важной для всех стран теме «Центр и Периферия. Столица и Провинция», прошедшем в июне 2019 года в Москве в Измайловском парке, позволил сформулировать установочные тезисы, актуальные для современной социальной ситуации. Центр не существует без периферии. Без периферии центр — просто произвольно взятая точка. Только благодаря периферии центр становится центром окружности или круга. Столица невозможна без провинций. Без провинций столица — просто произвольно взятое поселение. Периферия не существует без центра. Без центра периферия — просто произвольный набор точек на произвольно взятой площади. Провинции невозможны без столицы. Без столицы провинции — просто произвольно созданный, возможно просто

¹ Овсянников А. А. Социология столичности: смыслы и стратегии // Вестн. МГИМО-Университета. 2009. № 5. С. 110–115.

² Скоробогачкий В. В. Указ. соч.

лишь мыслимый, набор поселений. Центр центрирует, организует периферию. Столица организует, центрирует провинции, задаёт смысл их бытия. Только благодаря провинциям столица получает статус столицы, питается за их счёт, знает и общается со страной в целом и осознаёт себя столицей вполне определённой, в известных границах, страны. Все радиусы круга сходятся в его центре, а на периферии они расходятся. Всё дороги сходятся в столице, а из столицы они расходятся. Всё лучшее концентрируется в столице, чему способствуют и дороги. Причём это лучшее приобретает столичный статус, столичный лоск и единообразие. Всё мудрое, без возмещения тиражируемое, расходится по провинциям, чему способствует связь столицы с провинциями. Причём однообразно розданное одинаковое адаптируется на местах и модифицируется для местного использования. Страшно подумать о той стране, в которой лучшее концентрируется или равномерно распределено по провинции, а столица довольствуется посредственным. Страшно подумать о той стране, в которой мудрое концентрируется или равномерно распределено по провинции, а столица исполнена недоумения. В качестве центра может быть выбрана любая точка. Любая другая точка, не совпадающая с центром, составляет периферию. Аналогом центра в стране является столица. Аналогом окружности в стране является граница страны. Именно поэтому Вена, находясь на краю Австрии, Братислава, находясь на самой почти границе Словакии, всё равно мыслятся в качестве центров и столиц, а все остальные территории Австрии и Словакии мыслимы как страновые периферии и провинции. Точно так же обстояло дело и с Санкт-Петербургом в качестве центра и столицы Российской Империи¹.

Новая система мироустройства включает в себя не только интенсивное развитие технологий, но весьма турбулентные последствия этого движения. Происходит «перемешивание» уровней социальной структуры общества. Активный и наступательный модерн и постмодерн сочетаются с

¹ Бутин М. 3284. Центр и периферия. Столица и провинция... // Дзен : блог-платформа. 2021. 15 июня. URL: <https://dzen.ru/a/YMg8IXIRIXS3UpWa> (дата обращения: 15.10.2024).

одновременным извлечением из багажа истории традиционалистских и даже архаических явлений, а на пограничье культурных слоев начинается активный процесс диффузии и возникновения новой культуры «гиперреальности», лишенной внутренней системности и центров опоры, в которой преобладают фрагментированные сегменты, хаотично сочетающиеся (или не сочетающиеся) друг с другом.

Авторы монографии «Практика глобализации: игры и правила новой эпохи» дают такое определение и объяснение глобализации: «Информационные технологии являются материальным воплощением и непосредственным двигателем процесса глобализации – разрушения административных барьеров между странами, планетарного объединения региональных финансовых рынков, приобретения финансовыми потоками, информацией и технологиями всеобщего, мирового характера»¹. Продолжая эту мысль, авторы пишут, что «важнейшей чертой глобализации является формирование единого в масштабах всего мира не просто финансового или информационного рынка, но финансово-информационного пространства, в котором во все большей степени осуществляется не только коммерческая, но и вся деятельность человечества как таковая»².

Одновременно с этим макросоциологическим уровнем глобализация характеризуется и микроуровнями, аспекты исследования которых нашли выражение в концепте «клеточной глобализации» Н.Е. Покровского.³ Подразумевается, что в структурах повседневности, простых практиках локального характера также идут глобализационные процессы, конгруэнтные макроизменениям. При этом микропроцессы демонстрируют большую внутреннюю сложность, насыщенность новым ценностным контентом. В этом заключен большой потенциал социальных изменений.

¹ Практика глобализации: игры и правила новой эпохи / Братимов О. В., Горский Ю. М., Делягин М. Г., Коваленко А. А. М. : Инфра-М, 2000. С. 133–134.

² Там же.

³ Покровский Н. Е., Демиденко С. Ю. Социология как многообразие жизненного опыта : (интервью с Н. Е. Покровским // Социологические исследования. 2021. № 3. С. 78–91.

Столица, являясь локальным центром целостности глобального масштаба, быстро воспринимает инновации и технологии, с максимальной скоростью распространяющиеся по земному шару. До провинции эти инновации доходят медленнее и воспринимаются сложнее в силу вышеописанных обстоятельств. Провинции, будучи также подвержены тенденциям глобализации, выступают своеобразными буферными зонами, адаптируя инновационные явления и процессы к конкретной социокультурной среде.

Эту социокультурную функцию провинций через призму восприятия потомственного столичного ученого и осветил в своих многочисленных исследованиях Н.Е.Покровский. В конце XX века утвердилось традиция выезда в провинцию на время выходного досуга или отпуска, стало престижным иметь загородный дом. «Наряду с процессом «опустынивания» и умирания сельских поселений идет обратный процесс ревитализации сельского пространства. Крестьянские избы выкупаются горожанами, получая вторую жизнь. На базе обновленных деревень естественным образом создаются кластеры ценителей альтернативных городу моделей существования. Так называемые «вторые дома» (дачи) горожан стали совмещать в себе рекреационные, «карантинно-санитарные» и рабочие функции»¹. Это связано с желанием уйти от цивилизации в мир уединения, поиском лучшей в плане экологии среды обитания, эстетическими переживаниями, возникающими в естественном живом природном мире, наконец, с желанием обрести «дом» во всем богатстве его архетипических смыслов как символа упорядоченного пространства, хранилища родовой мудрости, как основы экзистенции, творчества и созидания, опоры в ситуации культурного кризиса (М. Хайдеггер, Э. Левинас, М. Бубер, М. Элиаде и др.).

Владение сельским домом не несет в себе прагматических выгод, оно связано с попыткой преодоления внутреннего кризиса. Речь идет о

¹ Покровский Н. Е., Николаева У. Г. Демидова Ю. А. Феноменология «жизненного мира» горожанина во внегородском пространстве ближнего Севера: дом и домостроительство // Социологические исследования. 2019. № 12. С. 71–80.

своеобразной аскезе: человек перемещается в более жесткую, порой дискомфортную среду, проживая процесс очищения от «избыточности» города, обращаясь к опыту прошлых поколений, дому как ресурсному источнику, благодаря которому можно обрести уединение и точку опоры. Можно говорить и об «архаике» как ресурсной составляющей горожанина в сельской местности, которая «определенным образом снимает, редуцирует напластования эпохи потребления и повсеместной цифровизации, акцентируя непреходящие истины бытия в противовес суетности, характерной для жизни в больших городах»¹.

Современная возвратная дачная миграция противостоит модному туризму как скольжение по поверхности противостоит «укорененности», глубине, привязке к локусу, к земле, очагу. Новые домовладения «захватывают» и «подчиняют» себе заставляя менять стили поведения, состояние сознания. С приобретением деревенского дома возникают, новые практики, новый опыт, круг ответственности, новый «жизненный мир»². «Деревня нужна русским людям, живущим в городах, для национального самовыражения и вдохновения», «урожай — не только то, что растет на полях, но и то, что вырастает в наших душах от контакта с родной землей»³. Правильное, гармоничное взаимодействие с природой не только делает человека сильнее физически, но и дает возможность самоуглубления, успокоения, улучшения психологического состояния. Недостаток культурных впечатлений провинции компенсируется взаимодействием с природой, которая возвращает тонкость душевной организации, дает почву для творчества. Провинция аккумулирует природные истоки культуры, воссоздает органичные для человека и общества смыслы восстанавливая его духовный потенциал. Не случайно большую популярность во всем мире имеет международный проект «Innermost House» («Сокровенный дом»). Восстанавливая старые дома люди во всем мире стремятся возродить

¹ Там же.

² Там же.

³ Родоман Б. Б. *Пейзаж России // Поляризованная биосфера* / Б. Б. Родоман. Смоленск, 2002. С. 272–273.

исконные жизнестроительные ценности и сохранить их в первоначальном, аутентичном, надежном варианте. Реконструкция локальных построек, трепетное отношение к предметам быта, воспроизводство традиционных практик сопряжено с возрождением исторической памяти, становлением самосознания, формированием идентичности. Приобретая дома, горожане нередко расширяют свою деятельность до уровня поселения, городка, испытывая озабоченность состоянием малой родины, ее исконных состояний, природы. Природный и материальный мир провинции, сельские практики формируют комплекс экзистенциальных переживаний, которые определяют состояние человека, стремящегося адаптироваться в современном рискованном мире. Нарастающие процессы дезурбанизации и дачной миграции способствуют «рас-колдовыванию» горожан, позволяют актуализировать их внутренний потенциал. Освоение «нестоличных» пространств - важный шаг в направлении обнаружения незадействованных факторов устойчивого развития малых территорий и преодоления кризисов современной жизни.

В условиях устойчивого социального развития столица аккумулирует смыслы и ценности, составляющие ядро культуры, характеризующееся стабильностью, сохраняющее коды культуры и механизмы их воспроизводства. Периферия/провинция выступает в качестве защитного пояса – ее пограничное положение определяет наполненность смыслами и ценностями других культур, которые, пересекаясь на общей территории, способствуют формированию гибких механизмов взаимодействия. Адаптируя полученную информацию, периферия обогащает центр и обеспечивает поддержание столицей ее статуса. Важную роль в этой адаптации играют общественное сознание и самосознание. Общественное сознание аккумулирует устойчивые знания и ценности, имеющие нормативный характер. Самосознание позволяет включать новую информацию. Так происходит самосохранение культуры.

В условиях современной социальной трансформации, когда столичные центры в процессе включения в глобализирующееся пространство активно перенимают технологии, модели жизнедеятельности и сопровождающие их значения, периферия выступает «тормозящим» фактором, адаптируя смыслы и практики, порождаемые современным цивилизационным развитием, к условиям конкретного государства.

Периферия может быть представлена как пассивное территориальное образование, находящееся в полной зависимости от центра при полном отсутствии интереса к ней центральной власти и как провинция - политически лояльное, но культурно и исторически самобытное и самодостаточное пространство, наполненное собственными культурными смыслами и имеющее свою идентичность. Более гибкий механизм периферии оказывается удобным для накопления информации и оформления социальных форм и институтов, которые на следующем историческом этапе могут оказаться доминирующими и сформируют центр новой системы. Постоянная смена ядра и периферии образует один из механизмов структурной динамики культуры как целостного явления.

Исследователи постструктуралистской ориентации показывают, что дуализм «центр – периферия» в различных его вариациях является упрощением, регионы часто характеризуются как «места встречи различных концепций пространства», конструируемых посредством дискурса. А. С. Макарычев в работе «Концепты центра и периферии в политической регионалистике: возможности постструктуралистской деконструкции» раскрывает множество оттенков регионализма, благодаря которым географические образы территорий раскрываются как более гибкие, контекстуальные, динамичные, встраиваемые в меняющийся формат взаимоотношений между различными пространственными субъектами¹. Исследователь предложил несколько вариантов реализации феномена

¹ Макарычев А. С. Концепты центра и периферии в политической регионалистике: возможности постструктуралистской деконструкции // Псковский регионологический журнал. 2006. № 2. С. 22–27.

периферии: собственно периферия, пограничность (рубежность), «альтернативная центральность», «двойная периферия», «полупериферия», «полипериферия». Модель «альтернативной центральности», с одной стороны закрепляет как основную константу собственную вторичность, с другой характеризует борьбу провинциальных городов за центральный статус, что свидетельствует об амбивалентности культурного статуса городов.

Столица-провинция – основная диспозиция, связанная с территориальным делением и необходимостью руководства расширяющимся осваиваемым пространством. Столица аккумулирует в себе все ресурсы государства, ее статус официально признан и, утверждаемый государственной властью, не подвергается сомнению. Столица вырабатывает и транслирует ценности синтеза и координации,

Провинция территориально удалена от центра с возможностью дальнейшего расширения. В ней нет такой концентрации ресурсов, но есть возможность саморазвития – для этого больше времени и больше пространства, больше внешних импульсов, влияющих на ее становление. Это является предпосылкой для самоопределения и появления потребности считать себя культурной столицей с уникальной спецификой. Уникальность имеет важное значение в составе целого, поэтому тенденцией развития современного социокультурного пространства становится постепенное утверждение разноплановых культурных столиц.

Современная инновационная медийная культура представляет собой гипертекст, в ней переплетаются все образцы.

Сделаем выводы. В отличие от периодов прошлого, когда высокий статус имела только государственная столица с национальной культурой, в настоящее время расширяются и укрепляются культурные статусы провинциальных городов. Наблюдается возросший интерес к жизни на периферии, где происходит перезагрузка современного человека, его возвращение к природным ритмам, естественным связям, жизнесохраняющим моделям поведения. Провинция - область, где происходит «конденсация»

информации, поступающей по глобальной сети, стабилизация значений, проверка смыслов на онтологическую состоятельность.

Провинция в сравнении со столицей выглядит как зона турбулентности. Ее культурное назначение в репродуктивности, адаптивности и креативности, которая носит конструктивный характер.

2.2. КУЛЬТУРНЫЙ СТАТУС РЕГИОНАЛЬНОЙ СТОЛИЦЫ

Внутри государства как целостности регион становится современной альтернативой провинции, периферии, окраине.

Регион – административный сегмент, выделенный в соответствии с его геополитической и экономической ролью в системе государства. В отечественной литературе это понятие утверждается в 80-х годах XX века в связи с решением правительства развить экономику страны через усиление хозяйственной специализации. В условиях современной социальной трансформации, когда административные и государственные границы теряют строгость и становятся легко преодолимыми для развивающихся собственных интересы социальных общностей, понятие «регион» обретает новые оттенки смысла как целостность, которая обладает не формальным, а реальным статусом, определяемым актуальными причинами его существования и особенностями проявления в масштабах государства. В ситуации усиления центробежных тенденций геополитический статус региона может усиливаться, в некоторых случаях заходит речь о самоопределении, что не происходит, если территориальная целостность не имеет достаточных ресурсов для автономии. Учитывая тенденции современного социального развития, региональная столица становится стратегически важной составляющей государственной системы.

С одной стороны, столица региона – городское пространство, аккумулирующее в себе все черты городской жизни. С другой, отсутствие

постоянного притока разноотраслевых ресурсов и необходимость создания условий для их воспроизводства создают дополнительные источники напряженности. Отношения региональной и центральной власти – постоянно развивающаяся интрига. Ее характер определяется тем, насколько успешно осуществляется управление на местах и насколько регионом поддерживается курс внутренней политики государства.

На статус региональной столицы влияют: геополитический фактор, хозяйственная специализация, социокультурные особенности, включающие в себя историческую составляющую. Географическое положение региона, с которым связаны климатические условия, природные ресурсы – особенности, определяющие характер жизнедеятельности регионального сообщества, способность региона влиять на экономическое состояние государства и его стратегическую позицию во внешнем мире. С особенностями жизнедеятельности напрямую связана идентичность местного населения, представляющего силу в руках государства, нейтрально настроенное сообщество или создающее угрозу государственной целостности. История, отраженная в менталитете, традициях, социокультурные практики в настоящем характеризуют потенциал регионального сообщества и его роль как части государственного целого.

Регион включает в себя несколько городов разного масштаба, многочисленные поселки городского типа, отдельные поселения, деревни, фермерские хозяйства, объединенные общностью условий, сложившихся на определенной территории. На его развитие влияют: центральная власть, реализующая стратегии государственного управления, муниципальная власть, стремящаяся развивать тенденции столичного города, аккумулируя материальный, социальный и культурный капитал, самоорганизующееся сообщество горожан с их традициями, ценностями, социальной памятью и самосознанием, поддерживаемыми повседневными практиками. В этой ситуации регион несет двойную нагрузку: подчиняется «местечковой»

столице, и в то же время, составляя с ней единый организм провинции, находится под юрисдикцией государственного центра.

Региональная столица – характерное для России явление. А.Г. Левинсон подчеркнул тот факт, что именно для России была характерна фаза урбанизации, которую можно назвать «столичной»¹. Такой процесс обычно происходит в странах с резко преобладающей аграрной ориентацией, где городское население проживает в небольших городках. На их фоне выделяется город, сильно отличающийся от прочих по численности и активности населения, который берет на себя роль центра – административной и культурной столицы. Начиная со становления Московского царства и до сегодняшнего дня в России существует имперская структура, которая перекочевала и на саму провинцию, где в той или иной области, республике есть столица, являющая собой пример центра с лучшими условиями жизни, развитой инфраструктурой, богатством культурного выбора. Подобный «областной центр» является генератором социокультурных инициатив по отношению к своему региону, одновременно по отношению к Москве — средоточию основных культурных форм, выступает уже по большому счету как их ретранслятор и медиатор. Огромная территория страны и активное освоение новых земель провоцируют особую организацию государственной иерархии, при которой регионы нуждаются в своих «местных» столичных городах. Наглядный пример такой схемы отношений – культурно-историческая биография Тобольска и Западной Сибири (период конца XVI – начала XIX веков). Рассматриваемый отрезок времени определялся обретением и потерей городом Тобольском статуса столицы новой российской территории – Западной Сибири (имеется ввиду хронологическая последовательность смены определенных «столичных» статусов города: с 1590 г. – центр Тобольского разряда, 1708 – 1782 гг. – столица Сибирской губернии, с 1782 г. – центр Тобольского наместничества, с 1797 г. – столица

¹ Левинсон А. Указ. соч.

Тобольской губернии, 1822 – 1838 гг. – центр Западно-Сибирского генерал-губернаторства).

Рождение и становление региональной столицы чаще всего напрямую связано с обретением государством новых территорий или с обособлением уже имеющихся – соответственно, с реализацией необходимости администрирования и управления ими. Ярким примером подобного города-центра в конце XVI века стал Тобольск. Зарождение и формирование первой Сибирской столицы происходило на фоне непрерывного территориального расширения Российского государства, границы которого определились лишь после присоединения последних среднеазиатских ханств в конце XIX века.

Заселение Сибири проходило поэтапно, многие походы завершались строительством новых поселений, впоследствии становившихся городами. Появление в Сибири русских городов позволяло более эффективно решать торгово-экономические и военно-административные вопросы. Являясь представителем интересов государства, столица стремится не только расширить сферу своего влияния на подконтрольной ей территории, а также «окультурить» и освоить сопредельные земли. Оборонительная и экономическая заинтересованность в усилении русского влияния, научная заинтересованность в освоении нового пространства и др. стали причиной строительства на границах с Сибирским ханством таких городов, как: Березово, Сургут, Тара, Мангазея, Красноярск и др. Территория «русского» Зауралья значительно расширилась, Тобольск окружил себя русскими городами, создав, таким образом, вокруг себя собственную периферию, сферу своего социокультурного влияния.

Региональные столицы России изначально формируются по городскому типу и соответствуют определенным требованиям, наличие и комплексность которых дают возможность этим городам возглавлять вверенную территорию. С большой долей вероятности предсказать сценарий дальнейшего развития города позволяет наличие определенного комплекса особенностей: размещение органов власти, концентрация центров производств и ремесел,

организация охраны рубежей территории и сохранения внутреннего правопорядка, контроль обеспечения населения достаточными запасами продовольствия и предметами первой необходимости, наличие религиозного центра с соответствующими символами и атрибутами, перерастание в локус науки, образования, культуры и др.

Суверенность государства проявляется в двух взаимосвязанных признаках: в гегемонии власти на его территории и в его самостоятельности в вопросах международных отношений¹. Руководство этими процессами всегда осуществляется столицей. Исходя из этого, резонно предположить, что отдельная территория, достаточно самостоятельная в политическом и экономическом отношении, возглавляемая сильным центром (региональной столицей), при определенных обстоятельствах может претендовать на собственную независимость. О тяготении к независимости в отношении определенной территории можно говорить тогда, когда стремление центра к господству наталкивается на другие «относительно независимые центры»². Конфигурация их взаимоотношений в условиях усиления центробежных тенденций выстраивается по сетевому принципу.

Изначально сетевой принцип организации предполагал отсутствие четкого центра и границ, наличие гибкой системы горизонтальных связей, открытость входа-выхода, равноправие участников и способность к самоорганизации. Сеть - нестабильная, гибкая и открытая структура, существенно отличающаяся от традиционных форм связей тем, что ее организация не регламентируется четкими правилами, а входящие в нее субъекты могут взаимодействовать ситуативно, не имея общих долговременных целей и не разделяя единых ценностей. Потенциально каждый из участников сетевой структуры может выступить как в роли центра, так и в качестве рядового участника. В такой системе, с одной стороны, все потенциально могут быть связаны со всеми, с другой стороны, постоянных

¹ Ушаков Н. А. Государство в системе международно-правового регулирования : учебн. пособ. М., 1997. С. 64.

² Шилз Э. Общество и общества... С. 349.

связей не существует, они возникают только на время решения актуальных задач или реализуют сценарий слабого взаимодействия.

В случае, когда взаимодействие с центром ослабевает, регион под началом своей региональной столицы может склониться к собственной автономности. Анализ исторических событий показывает, что отдельные территории не единожды поднимали вопрос о полной самостоятельности. Даже если вопрос автономности и не поставлен достаточно остро, все же существует определенная соревновательность в возможности авторитарного воздействия на подконтрольную территорию. С одной стороны – столица государства, имеющая непререкаемый авторитет, а с другой – главный город региона, который лучше знаком с проблемами, реалиями и потенциалом своего края.

В отличие от столицы государства, столица региона как в географическом, так и в социокультурном отношении намного ближе к своему окружению. Региональная столица «знает» проблемы и преимущества подчиненной ей территории, заинтересована в улучшении качества жизни провинции. Геополитическое, хозяйственно-экономическое положение региональной столицы создают двойственность: с одной стороны – «столичный» город региона во многом схож со столицей государства, в том числе по экономическим, инновационным и политическим параметрам, с другой стороны – остается частью периферии вместе с остальной подчиненной ему территорией, сливаясь в глазах государственной столицы в единую со своим окружением провинциальную территориальную единицу. Такое противостояние порождает сложную схему взаимоотношений, и основной задачей регионального центра становится нахождение компромисса между соблюдением интересов подчиненной ему территории и повиновением столице государства. Эта двойственность определяет социокультурную специфику региональной столицы. Работы И.Я. Мурзиной, посвященные бытию и самосознанию региональной культуры, демонстрируют тесную взаимосвязь «материнской» национальной и региональной культур. Автором

разделяются, казалось бы, схожие термины «культура региона» и «региональная культура»: если культура региона рассматривается как адаптированная версия культуры общенациональной, то региональная культура предстает более автономным, самоорганизованным явлением, представляющим большую ценность для изучения и анализа¹.

Для большинства населения страны регион – малая родина. Этот фактор определяет многое в становлении ментальности, характере деятельности, особенностях выбора, который делают люди на протяжении всей своей жизни². Детские воспоминания: образ матери, отношения с отцом, картины родной природы, исторические события, атрибуты народной культуры во всем богатстве ассоциативных связей сохраняются в памяти взрослого человека, реализующего в своем поведении социальные ценности и установки. В раннем возрасте образ пространства не осознается, а остро переживается как самоощущение в единстве природно-географического и социокультурного пространств, включенных в космическую целостность. Обусловленный синкретичностью детского сознания, этот образ сохраняется как одно из наиболее сильных и волнующих впечатлений на всю жизнь. На начальном этапе развития личности даже ставшие традиционными культурные нормы, программы обучения и воспитания — различные аспекты социализации — воспринимаются впервые не подвергаясь рефлексии, в них отыскиваются зоны, которые обретают фундаментальное, жизненно важное значение, определяют специфику жизнеустроительной функции.

По мере роста самосознания чувство Родины оказывается одним из наиболее значимых экзистенциальных ориентиров, влияющих на выбор жизненной позиции, характер социальной активности, то есть выступает духовным ориентиром и основанием для мотивации человеческих поступков. Как отмечает С. В. Гузенина, образ Родины выступает ключевым элементом

¹ Мурзина И. Я. Региональная культура как предмет философско-культурологического исследования // Известия Уральского государственного университета. Проблемы образования, науки и культуры. 2003. Вып. 15, № 29. С. 60–78.

² Храпова В. А., Карандашов И. В. Образ Родины как интеграционный потенциал современного государства // Социология города. 2017. № 4. С. 25–30.

национального самосознания, духовным фундаментом нации, поскольку он не включается в этническое или национальное самосознание как структурный элемент, а является его стартовой предпосылкой¹.

Индивидуальный образ малой родины связан с постижением основополагающих житнетворческих принципов, создающих одновременно опору и вектор дальнейшего развития. В дальнейшем чувство Родины позволяет актуализировать в себе житнетворческие смыслы через обращение к ценностям, определившим бытийные доминанты, ставшим основополагающими для человека в самом начале жизненного пути. Семантическая структура индивидуального образа Родины очень устойчива, в отличие от представленного в какой-либо идеологической схеме. Именно индивидуальный образ Родины является духовной основой гражданской активности: он становится своеобразной предпосылкой социального поведения, внеидеологическим истоком патриотизма. Сознательно поддерживаемая государственная стратегия, активизирующая консолидирующие идеи патриотизма, всегда базируется на эмоционально-чувственных переживаниях, индивидуальной и коллективной памяти, обретая сакральный смысл, выступая наиболее значимой духовной ценностью для людей, объединенных схожими чувствами, знаниями, представлениями. В периоды обострения конфликтов – ситуации угрозы распада исторически сложившегося экономического, политического и культурного уклада жизни – ценность Родины становится доминантной являясь важнейшим условием межгрупповой солидарности в любых обществах в связи с угрозой потери не только государственной территории, но и самых фундаментальных основ бытия.

Образ малой родины является ключевым составляющим региональной культуры – формы существования социума и человека в заданных

¹ Гузенина С. В. Образ Родины как духовная основа социального поведения : автореферат дис. ... доктора социологических наук. Тамбов, 2016. 49 с.

пространственных координатах, которая опирается на историческую традицию, формирует систему ценностей, продуцируя особый тип личности¹.

В периоды социальных трансформаций возрастает потребность в идентичности как наполненном смыслами и ценностями состоянии, определяющем задачи настоящего и видение перспектив будущего. Традиционно идентичность связывалась с ощущением причастности к определенному сообществу, объединенному территориально, историей, целями и представлениями о формах их осуществления. Современная социальная динамика характеризуется изменением пространственно-временных параметров, появлением новой сферы, играющей важную роль в жизни людей – медиареальности. Трансформации в социокультурном пространстве позволяют говорить о сетевизации культуры, ее выстраивании по модели гипертекста, паутины со множеством входов и выходов и непредсказуемостью индивидуальных траекторий социальных взаимодействий. Идентичность всегда связана с предпочтением некоторого набора ценностей. В поликультурном мире вопрос об иерархии ценностей стоит особенно остро: рушится картина мира, а с ней стратегии поведения, действия и сама система значений.

Естественное решение вопроса о ценностях приходит в повседневной жизни, ее обязательных повторяющихся практиках, экзистенциальных или феноменологических состояниях, представляющих собой нечто вроде имманентной жизненной силы². «Повседневность – ключевое понятие, отвечающее за поддержание смыслового порядка и его гармонизацию»³.

В современной литературе под повседневными социальными практиками понимают рутинизированные типы поведения, которые заключают в себе различные формы телесной, психологической и мыслительной деятельности; умение определять и пользоваться вещами; фоновые знания в виде понимания,

¹ Мурзина И. Я. Указ. соч.

² Лефевр А. Производство пространства. М. : Streike Press, 2015. 432 с.

³ Дроздова А. Л. Трансформация повседневных практик человека: от текста к визуальному образу // Теория и практика общественного развития. 2012. № 10. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatiya-povsednevnyh-praktik-cheloveka-ot-teksta-k-vizualnomu-obrazu> (дата обращения: 15.02.2022).

эмоционального состояния и мотивации – привычные действия, не требующие концентрации внимания и рефлексии¹. Психологический смысл привычного состоит в том, что оно предопределяет диапазон действий и освобождает от необходимости постоянного решения одних и тех же вопросов. Рутинные повседневные практики содержат в себе непроговариваемые не проблематизированные смыслы, владение которыми является ключевым условием корректного социального действия. Повседневные привычные действия людей превращаются в культурно обусловленный деятельностный контекст, в искусство решения практических задач в ситуации неопределенности.

Ключевая особенность повседневных практик – их необходимость. Это деятельность, обусловленная здесь-и-сейчас установившимся смыслом в обстоятельствах, описанных М.Бахтиным как «отсутствие алиби в бытии», действия, имеющие ситуативный характер, то есть осуществляющиеся без промедления, в соотношении с динамично возникающими и меняющимися условиями. Ситуативность означает неожиданность и мгновенность, единичность и уникальность, конкретность и неповторимость состояний и процессов смены состояний; предполагает некую дезорганизацию, спонтанность, деавтономизацию, следствием чего может стать актуализация новых смыслов, выработка нового знания. На фоне повседневного, привычного, обусловленное этим знанием, смыслом изменение представляется естественным, малозаметным, естественными выглядят и переходы состояний, поведения, порядков, интегрируемые в жизненное пространство. Отсутствие рефлексии позволяет органично вписывать инновации. Это интересный момент, когда сознание расслаблено, а действие происходит почти автоматически. Правильность процесса «тестируется» интуитивно, на уровне ощущений и чувств в соотношении с внешней средой.

¹ Хохлова А. М. «Текучая» повседневность: трансформация культурных практик в условиях глобализации // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 12. 2013. Вып. 1. С. 95–102.

Исследователи, разрабатывающие ситуативный подход, убедительно доказывают, что ситуационность является фундаментальной характеристикой бытия¹. Онтологические аспекты ситуационности выражают устойчивость и динамичность, стабильность и нестабильность, определенность и неопределенность, необходимость и случайность. В феноменологическом плане ситуационность означает реализацию онтологической потенциальности. Структура ситуации потенциально отражает взаимосвязь с бесконечно возможным.

Ситуационность – многомерная категория, включающая в себя характеристику объектов, обстановку, условия, обстоятельства, «расстановку сил» – движущих факторов развития ситуации. Ситуация выступает как совокупность факторов, определяющих состояние и изменение объекта. Фактор – движущая сила совершающегося процесса или одно из его условий. В качестве фактора может выступать культурный капитал.

Ситуация не только определяет изменение, но и задает характер этого изменения, его направленность, скорость, интенсивность. Переход в новое качество связан с адаптацией, которая является механизмом перестройки, условием перехода к новой ситуации. Изменение и есть адаптация к ситуации, переход в новое качество.

Изменяющиеся условия создают предпосылки для новых практик, критическая совокупность которых позволяет по-другому структурировать реальность, в результате чего и прежние практики, и прежние смыслы приобретают иную окраску или реализуются по-другому. Исследуя социальные практики П.Бурдьё, охарактеризовал их как условие проверки поведенческих актов на адекватность социальному и культурному контексту. С одной стороны, практики детерминируются социальной средой, с другой – воздействуют на среду, изменяя ее структуру.

¹ Ситуационные исследования : по материалам Всероссийского семинара. Вып. 3: Ситуационность бытия : по материалам Международной (СНГ) научно-философской конференции. Казань : Изд-во Казанского гос. техн. ун-та, 2011. 164, [1] с.

Бытие всегда совместно, всегда со-бытие. В структуре ситуации всегда есть взаимодействие или шире – отношения. Коммуникативный характер практик влияет на их динамику и возможность корректировки. Устойчивые формы деятельности становятся культурными практиками – «совокупностью условий и обстоятельств, структурирующих социальное пространство с точки зрения культурного приоритета и развивающих во времени культурную доминанту процессов общественного развития на личностном, групповом уровне и на уровне социума, которую можно воспринимать как неравновесную и подвижную систему»¹.

Культурные практики можно рассматривать как разновидности упорядоченных навыков целесообразной деятельности, позволяющих человеку состояться в том или ином качестве. Культурные практики воспроизводят идентичности - конструируют их. Участвуя в определенных видах практической деятельности, люди непрерывно подтверждают собственную идентичность. Конституируя и воспроизводя социокультурные идентичности групп, практики создают социальный порядок и одновременно сами воспроизводятся этими идентичностями. Мощнейший нарратив нашей идентичности сглаживает границы между ситуациями, оформившийся в виде концептуальной схемы, он делает целостной неоднородную структуру реальности.

Характерная для информационного общества плюрализация реальности, (сосуществование различных форм культуры, ценностных ориентаций и смысловых структур) проблематизирует адаптацию субъекта. На этом фоне происходит активное распространение социальных практик, складывающихся внутри интернет-сообществ. В медиа-среде происходят изменения коммуникативных паттернов, поведенческих стереотипов, форм восприятия времени и пространства, способов типизации опыта, появляется новый тип мест – виртуальная реальность.

¹ Листвина Е. В. Социокультурная ситуация: проблемы восприятия // Ситуационные исследования. Вып. 2. Казань, 2006. С. 35–40.

Глубоко исследовала и точно описала идентификационную стратегию человека в условиях медиатизации современной культуры О.В. Андреева. В ее основе - исследования Н. Лумана о массмедиа как самовоспроизводящейся аутопоэтической системе, лишенной субъекта как инициатора коммуникации¹. То, что воспроизводит эту систему, находится в ней самой. Внешние события формируют ее внутреннюю организацию (события становятся структурным элементом системы массмедиа). В таком модусе существования не решается вопрос о сущности. В процессе самоопределения человек вынужден обращаться к онтическому ресурсу, представленному симулятивным содержанием, попадая в поле бесконечного идентификационного процесса. «Гипертекст не обладает символическим потенциалом, в котором человек может воспроизвести свою самобытность. Симулякры, составляющие суть гиперреальности, упраздняют, поглощают реальность из-за своей избыточности. При этом сама реальность ускользает от человека, становится виртуальной, относительной, условной»².

В виртуализированном мире, внедрившемся в нашу повседневность, - пишет Андреева, - человек выступает в качестве медиасубъекта, для которого характерны специфические способы социальных взаимодействий и процессов идентификации. «Идентичность трансформируется из проблемы внутреннего порядка в следование бесконечным онтическим проявлениям. Субъектность заменяется на субъективность, а идентичность тематизируется как производная от различных дискурсов: власти, политики, экономики. В условиях нестабильного социокультурного контекста природа субъектности нестабильна и представлена актами субъективации. «Я» осуществляет себя посредством бесконечной симуляции, спонтанного отождествления с различными полями гипертекстового пространства». Это означает, что стратегия идентичности осуществляется не в «точке фиксированной интенсивности» (М. Мамардашвили), но в неких актах субъективации, где

¹ Луман Н. Реальность масс-медиа. М. : Праксис, 2005. 256 с.

² Андреева О. В. Симулятивная идентичность медиасубъекта // Грамота. 2020. Т. 13, вып. 6. С. 133–137.

идентичность как социальная форма не столько восполняет внутреннюю разрывность, сколько скрывает «наличие отсутствия». Медиа субъект – это человек «без имени, без семьи, без качеств...»¹. Симуляция реальности в массмедиа порождает «бездомность» человека, он не способен осуществить самоидентичность.

Симулирование возможности самоопределения, делает вывод О.В.Андреева, не обеспечивает «онтологическую безопасность». «Стремясь обезопасить себя в условиях разрушения традиционных социальных институтов и общностей, люди создают новые гибкие формы социальной солидарности - транслокальные социальные сети, формирующиеся вокруг религии, знания, стиля жизни, родства, политических предпочтений и пр. создают новые, не привязанные к месту, формы укорененности, основанные на общности языка, культурных приоритетов, потребностей и интересов»². Вместе с тем, потребность в идентичности не исчезает, но личная идентичность «становится все более хрупкой и уязвимой, а процессы самоидентификации — все более проблематичными и болезненными»³.

Динамичность и рискогенность современного социокультурного пространства создают учебную ситуацию. Пребывая в ней, мы находимся в постоянном поиске оптимальных решений и конструктивных взаимодействий. В.Зиннкер заметил, что все хорошие моменты нашей жизни коммуникативно завершены, осмысленны и безопасны. Переживание полноты контактов, значимости и безопасности, с его точки зрения, есть «хорошая форма жизни», к которой нужно стремиться. Бережное отношение к человеческому опыту рождает эстетическое оформление контакта. Это ускоренная психотерапия и образовательный процесс⁴.

Любому идентификационному процессу предшествует процесс адаптации. Восприятие иного всегда стресс. Адаптация – приспособление.

¹ Делез Ж. Различие и повторение. СПб. : Петрополис, 1998. 384 с.

² Андреева О.В. Указ.соч.

³ Андреева О. В. Указ. соч.

⁴ Зинкер Дж. В поисках хорошей формы. М. : Класс, 2000. С. 17.

Результат адаптации изменение. Опыт эффективного преодоления стресса становится ценностью, закрепляется в качестве традиции. Культура – совокупность эффективных результатов преодоления дистанции между тем, что было и тем, что есть.

Л.В. Стародубцева обратила внимание на один важный нюанс: «Медиум» появляется там и тогда, где и когда разверзается дистанция, которую необходимо преодолеть... Именно опыт снятия дистанции призывает медиума и дает ему возможность сбыться. Медиум *про-являет, вы-являет, предъ-являет* дистанцию. Только там и тогда, где и когда появляется медиум, дистанция, по сути, становится ощутимой¹. Она осознается в качестве непреодоленной или непреодолимой не вопреки, а благодаря медиуму. Медиум, чтобы осуществиться, должен снять дистанцию, дистанция чтобы утвердить себя и сохранить дистанцию именно в качестве дистанции, должна упразднить медиума. Таким образом исследовательница формулирует онтологию медиальности «медиум существует благодаря дистанции, благодаря медиуму дистанция осознается исчезающей»².

Дистанция предполагает время для рефлексии, медитативный (от медитация – техника расширения сознания) подход, изменение состояния сознания. Стратегия идентичности должна осуществляться через процедуру «отстранения» от содержания медийных сообщений через осмысление способа подачи того или иного медийного события. Это возможно при условии удержания себя в состоянии рефлексивного взгляда, в котором человек оказывается способным, по словам Н. Лумана, наблюдать не событие, а наблюдение этого события³. Одним из важных эффектов проявления виртуальной реальности является ясно выраженная, делящаяся возможность думать, чувствовать, тестировать и создавать проекты будущей реальности.

¹ Стародубцева Л. В. Медиум и дистанция // Международный журнал исследований культуры. 2011. № 3 (4). С. 11–15. URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_16899405_41599099.pdf (дата обращения: 19.10.2024)

² Там же.

³ Луман Н. Указ. соч.

Адаптация проявляется в гибкости и эффективности при встрече с новыми условиями, а также способности придавать событиям желательное для себя направление. Гибкость – умение изменять точку зрения, не изменяя собственной сущности, чувствуя целое, включающее в себя все взаимоотношения на данном этапе, трансформировать идентичность. Гибкость – признак внутренней уверенности, не отказ от идентичности, а способность объять большее число граней, сопереживать большему числу людей. Вступая на незнакомую территорию, играя новую роль и занимаясь новыми делами, мы можем включить в свою жизнь больше аспектов и полнее реализовать благоприятные возможности. Так мы становимся открыты откровениям бесконечного потока, успешными участниками спонтанных игр непрерывно меняющихся форм.

Срединный путь требует выдержки и миротворчества. Его суть – в выходе за рамки полярности.

Важнейшей составляющей адаптации является согласование притязаний субъекта, его возможностей и потенциала среды, следствием которого оказываются новые варианты развития среды и субъекта.

Дж.Бьюженталь в книге «Наука быть живым» писал: «Когда я полностью осознаю свое бытие, включая свои чувства относительно своего способа существования и того, как я в действительности хочу жить – это лучшая самопомощь, которую я могу себе оказать. Это механизм производства субъективности, который состоит в более тонком понимании своей уникальной природы, а в нем - путь к глубокому постижению смысла бытия во Вселенной ... Мы формируем поведение в процессе организованного нами осознания себя, своих чувств и планов, нашего мира и его возможностей (они определяют задачи и цели). Для того, чтобы изменить поведение, нужно изменить осознание того, какие возможности существуют в мире и какие возможности, цели чувства существуют в нас»¹.

¹ Бьюженталь Дж. Наука быть живым. М. : Класс, 1998. С. 8.

Современные города, их статусы отражают не иерархию, а качества предстоящих возможностей и степень участия в их реализации субъектов культурного творчества, их волевое усилие по освоению заданного мира.

Идентичность в мультилокальном и многопозиционном пространстве не исчезает, она, по словам О.И.Генисаретского, задает норму антропологического воображения, то есть представляет собой ценностно ориентированную матрицу, позволяющую выбирать и конструировать образы человека и человечности, приемлемые и желательные в определенный период времени в определенном пространстве¹.

Идентичность является результатом признания некоторого набора социально и культурно-релевантных качеств. Территориальная или региональная идентичность может быть отнесена к числу фундаментальных в структуре идентификационной матрицы человека. Унаследованный и разделенный опыт практической жизни позволяет наделять факты истории значимыми смыслами, создавать нарративы, способные уравнивать неупорядоченное движение в обществе и противостоять хаосу неупорядоченного знания, неупорядоченной активности.

В фундаменте региональной культуры заложен комплекс культурных констант – вербальных и невербальных образований, концентрирующих в себе духовно-нравственный опыт, составляющих основное содержание культурной памяти, которая удерживает наиболее значимые аспекты, имеющие ориентирующие, нормативные, конституирующие функции. Константы существуют в качестве коммуникативного комплекса, заключающего в себе существенную информацию о свойствах данного пространства².

Когда человек, балансируя «среди множества конкурирующих ценностей, норм и стилей, без твердой и надежной гарантии своей правоты»³,

¹Генисаретский О. И. Образ жизни и личностный рост: опыт экспозиции гуманитарно-экологической перспективы развития URL: <https://nsuem.ru/scientific-activities/publishing-nsuem/chelovek-gu/O.I.%20Генисаретский.pdf> (дата обращения: 15.02.2022).

²Храпова В. А. Региональный текст как фактор организации современного социального пространства // Logos et Praxis. 2019. Т. 18, № 4. С. 102–107.

³Бауман З. Текущая современность. СПб. : Питер, 2008. С. 229.

становится маргинальным странником, окружающее его социокультурное пространство играет стратегически значимую роль, определяя возможности расширения пространств коммуникации, понимания, социального творчества и управления.

Э.Амин,Н.Трифт размышляя о современном городе, его невероятном разнообразии и жизненной силе, городе как месте мобильности, потока и повседневных практик, подчеркивают его органическую целостность, в основе которой феноменальность, которая не может быть познана в теории. «Отчасти такое ощущение происходит из понимания повседневности как имманентной силы, как избытка энергии, которая происходит ни от тела, ни от мира по отдельности, но от банальных движений чистого процесса»¹. «Мультитемпоральность города уравнивается при помощи упорядочивающих приспособлений (правила дорожного движения, время работы различных заведений, законы, устанавливающие режимы тишины). На самом деле, в городе поразительным образом отсутствует хаос и неразбериха, отчасти это так из-за повторов и регулярностей, которые и становятся путями освоения городской жизни»².

Современный горожанин – не праздный дилетант и не закомплексованный обыватель, а размышляющий наблюдатель, изучающий городское многообразие. Он наделен чувствительностью и эстетизмом, позволяющими ему отбирать, упорядочивать и интерпретировать образы города не романтизируя, а исследуя разнообразие городской среды, предлагая неожиданные опровержения стереотипов. Как уже отмечалось, в исследованиях городской среды укрепилось понятие фланер. Современный фланер не бессмысленно созерцает виды пространства, а сознательно кочует, но не в поиске ценностных смыслов, а в поиске возможностей их создания. Критериями эффективности этого поиска становятся эмоции, ощущения, результатом - индивидуально избранные в соответствии с ситуацией знаки,

¹ Амин Э., Трифт Н. Внятность повседневного города // Логос. 2002. № 3 (34). С. 1–25.

² Там же.

произвольно выбранные места памяти. Город - среда, с которой соединяется интеллеktуал-кочевник, осуществляя свои повседневные практики. А.Ю.Браерская показала, что «кочевник» – концепт, обосновывающий новый тип идентичности, а кочевничество - практика, которая становится новой культурной парадигмой обретения идентичности¹. Главная особенность современного кочевничества – принципиальная мобильность, не только в территориальном, но и в духовном плане, плане поиска самой идентичности, а также глубокий и неподдельный интерес к фигуре Другого.

Изучение онтологии новой реальности позволило Т.Д. Стерледевой и Р.К.Стерледеву поставить вопрос об Осевом времени-2 в связи с появлением электронной виртуальной реальности.² Осевое время – это начало определенного цикла развития человечества, когда формируются условия для его материальной и духовной жизни. В результате человек раскрывает потенциал необходимый для дальнейшего развития, горизонт, в соответствии с которым определяются тактические и стратегические задачи. Мир становится понятным, формируется определенная его картина. В период первого осевого времени человек имел дело с естественной природной средой, его задачей было освоение, приспособление ее к своим нуждам и потребностям посредством накопления информации, рационализации знаний и выработки этических норм, призванных регулировать социальные взаимодействия. Осевое время характеризуется также сильной напряженностью в социальной сфере и жизнедеятельности людей в целом и следующей из этого напряженности интеллектуального поиска, который приводил к обретению новых смыслов, ориентиров, представлений о формах аккумуляции знания. Предпосылкой этого поиска стало возведение высокого трансцендентного порядка, обладающего безусловным приоритетом и причиной фундаментальных построений рационализирующего ума. Его

¹ Браерская А. Ю. Указ. соч.

² Стерледева Т. Д., Стерледев Р. К. Осевое время-2 в аспекте электронной виртуальной реальности // Манускрипт. 2020. Т. 13, вып. 1. С. 99–103.

итогом явилось создание информационных технологий и медиасреды с универсальным содержанием и общепланетарного масштаба. Эта среда, став нашей реальностью, способствует выработке новых типов мышления, действия, восприятия, стимулируя новое видение оснований для взаимодействия и принципов жизнотворчества.

Рациональность и разумность описанной Ясперсом Осевой эпохи не отвечает сложности современного мира. Современный вызов имеет глобальный масштаб, сопряжен с множеством рисков общепланетарного плана. В конце XX века возникли специфические условия для формирования принципиально новой реальности. Созданный людьми мир информационных технологий является уникальной средой, обладающей креативной мощью, стимулирующей раскрытие потенциала сознания и тестирующей в гиперфункциональном режиме новые онтологические проекты.

С одной стороны, как никогда раньше ослаблены антропокосмические связи, утрачивается чувство дома как «источника мысли, воспоминания, мечты», человек почти лишен возможности ощутить свою связь с природой, не успевает приобщиться к образцам высокой культуры, перестают быть важными и глубокими экзистенциальные переживания близости с людьми. Идея бытийности мельчает и редуцируется до следа, знака, способного показать любое пространство имитируя присутствие качеств любой локальности. С другой, человеку нужна опора, основание, память (история, география) – то, идентификация с чем позволяет гордиться, вдохновляться.

Архетип «дом», раскрывающийся во множестве коннотаций («жилище», «убежище», «место отдохновения и покоя», «область независимости», «интимности и неприкосновенности») имеет ключевое значение для человека. «Дом, – подчеркивал А. Шюц, – есть исходная точка, а также конечная цель. Это нулевая точка системы координат, которую мы приписываем миру, чтобы сориентироваться в нем...»¹. «Расширенным» домом можно называть и двор, и

¹ Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. М. : Институт Фонда «Общественное мнение», 2003. С. 209.

сад, и местный ландшафт, и город. Региональная столица является полем актуализации множества смыслов, которые гораздо больше освобождают человека, чем привязывает его к нормативам, конструктам и традиционным способам взаимодействия.

На техногенном пути развития человечество оказалось в состоянии, когда для того, чтобы обеспечить будущее, должно не только изменять характеристики биосферы, удовлетворяя свои потребности, но и изменять потребности, направлять действия сообразно требованиям, которые ставит природа»¹. К.Э.Циолковский, размышляя над философией этики, поставил задачу: «Надо истинную мораль извлечь из естественных начал Вселенной, из ее общих законов и сделать ее таким образом убедительной и приемлемой всеми людьми»².

В региональном центре происходит интеграция национальной культуры, региональной культуры, этнической культуры. Если сравнивать культуру столицы государства и региональной столицы, то в последней меньше абстрактного, автономного, больше конкретного, непосредственного, укорененного в жизненном мире людей. Как известно, черты народной культуры – упрощенные механизмы социализации, нравственность, уникальный колорит. Народная культура здесь не коррелирует с элитарной, креативной, но является животворящей силой, духовной основой, составляющей фон для сохранения и развития духовных ценностей разного плана. Региональная культура является живой органичной основой для коммуникации на любом уровне. Территориальная укорененность привносит в нее определенные, связанные с ключевыми онтологическими константами эмоции, чувства, отношения, переживания. В повседневных практиках формируются места памяти, культурные смыслы и ценности. Это культура, которая формируется в результате напряжения между официальным, транслируемым на государственном уровне и конкретным, самобытным,

¹ Моисеев Н. Н. Человек во Вселенной и на Земле // Вопросы философии. 1990. № 6. С. 32–45.

² Циолковский К. Э. Этика, или естественные законы нравственности // Архив РАН. Ф. 555. Оп. 1. Д. 2372. Л. 7.

индивидуальным, между природным и технологичным, между большим хронотопом и маленьким. Суть региональной культуры – защита маленького хронотопа через жизнеобразующие практики, возвращение к естественности, жизненности техногенного общества.

«Логика региональной жизни, обусловленная единством природной среды, истории, уровнем цивилизационного прогресса, а также политической волей управляющей элиты способствует созданию специфических форм жизнедеятельности, социальных технологий, культурных проектов. Культурные смыслы, организующие знаково-символическую реальность регионального масштаба, содержат в себе скрытую интенцию культурной экспансии, не просто маркируя специфику региональной культуры, но и транслируя совокупный опыт регионального сообщества. Развитие регионального культурного дискурса открывает новые перспективы бытия локальных сообществ – перспективы трансрегиональных коммуникаций и объединений»¹. Исследование региональной культуры открывает новые аспекты идеи коэволюции внутреннего и внешнего, локального и глобального. Региональная столица вырабатывает ценности интеграции природно-естественного и рационально-технологичного. Развитие региональных смыслов в медиасреде, предполагающей рефлексивную и эстетическую направленность содержания контента, а также интерпретативный характер коммуникации, способствует тому, что культурный капитал формируется в соотношении с внешней средой, а культурный статус региональной столицы становится пластичным конструктом.

Рассмотрим пример изучения культурного статуса города в исторической ретроспективе на примере города Тобольска, прошедшего в своем развитии путь от столицы огромного российского региона Сибири до провинциального города. Для этого используем предложенную нами модель становления

¹ Стризов А. Л., Храпова В. А. Текст региональной культуры: инвариантные черты и конкретные особенности // Logos et Praxis. 2022. Т. 21, № 2. С. 60–72.

культурного статуса, включающую в себя пространство-время, ценности, волеизъявления субъекта.

1. Фактор пространственно-временной.

Анализ культурного статуса города начинается с изучения его «несущих конструкций», среди которых исследователи в первую очередь выделяют его географические, климатические и природные особенности, характеризующие потенциальные возможности города в обороне, торговле и контакте с другими населенными пунктами¹. Выбор места для закладки и строительства столицы региона не может быть спонтанным: наличие транспортного сообщения, богатых природных ресурсов и пригодного для проживания климата во всех отношениях способствует укреплению столичных позиций².

Тобольск образован в 1587 г. в окружении величественной природы Алафеевских гор. В физико-географическом отношении район является частью обширной Западно - Сибирской равнины и находится в пределах южной тайги и подтайги. Территория района покрыта густой сетью рек. Самые крупные среди них - Иртыш и Тобол. Плоский рельеф низины местами нарушается невысокими возвышенностями, покрытыми сосновым лесом. Климат территории континентальный, с суровой холодной зимой с устойчивым снежным покровом, короткими весной и осенью, непродолжительными теплыми периодами. Резкие колебания температуры наблюдаются не только по временам года, но и в течение суток. В целом, природные условия на территории с развитой речной сетью, благоприятны для развития преимущественно молочно-мясного скотоводства, ведения рыбного хозяйства, промыслового рыболовства. Район богат разнообразной флорой и фауной.

¹ Каган М. С. Культура города и пути ее изучения // Город и культура : сб. науч. тр. СПб., 1992. С. 15–34.

² «Воздух над нами весел и в мирности здрав и человеческому житию потребен. Ни добре горяч, ни студен... Земля хлеборобна, овощна и скотна, а опричь меду и винограду ни в чем скудно. Паче всех частей света исполнена пространством и драгими зверьми бесценными. И торги, привозы и отвозы превольны. Рек великих и средних заток и озер неизчетно: рыб изобильно, множество и ловитвенно. Руд, злата и серебра, меди, олова и свинцу, булату стали, красного железа и укладу и простова и всяких красок на шелки, и камней цветных много и от иноземцев скрыто...» (о Тобольске) [Голодников К. Тобольская губерния накануне 300-летней годовщины завоевания Сибири. Тобольск : типография Тобольского губернского правления, 1881. [2], 192 с., [3] л. табл.]

Город формировался на месте бывшей татарской столицы Искера и унаследовал политические и экономические связи с соседними государствами. «Вместо царствующего города Сибири (Искера) Тобольск – новый град старейшинство прия и стольной наречеса град»¹. Благодаря такому наследию Тобольск почти сразу же после основания стал, по сути, исполнять обязанности сибирской столицы (более чем за сотню лет до того, как был по Указу Петра I официально наделен полномочиями административного центра сибирской губернии). На особый статус города указывает и тот факт, что на географических картах мира в XVIII – XIX веках «обязательно отмечались только три российских города: Москва, Санкт-Петербург и Тобольск»². Кроме того, «Град городов сибирских» имел право наравне с Москвой отправлять посольские миссии в Китай и страны Средней Азии, а также приглашать и принимать у себя иностранные делегации. Анализ имеющихся данных позволяет утверждать, что совокупными действиями центральных и тобольских властей был создан прецедент столицы-филиала; такое в административной практике являлось нововведением, ведь российская столица всегда стремилась к тотальному контролю.

В процессе формирования всероссийского рынка Тобольску приходилось выполнять важные функции «как крупному транспортному, таможенному, торговому, промыслово-промышленному, сельскохозяйственному, военно-административному и культурному центру страны»³. Такая роль была во многом обусловлена расположением сибирской столицы: тут пересекались старинные торговые пути в Сибирь и за Урал из Китая и Средней Азии. По имеющимся данным, в XVII веке по этим дорогам ежегодно передвигались сотни торговых и промышленных людей, а годовой объем провозимых товаров в денежном эквиваленте составлял более 120 тысяч рублей⁴.

¹Кириллов В. В. Тобольск. М. : Искусство, 1984. С. 7.

²Трофимова О. Форпост России за Уралом // Тюменские известия. 2008. 20 сентября. С. 2.

³Вилков О. Н. Роль Тобольска на начальной стадии формирования всероссийского рынка (XVII–XVIII вв.) // Роль Тобольска в освоении Сибири : тезисы областной научной конференции, посвященной 400-летию Тобольска, 3–5 июня 1987 года. Тобольск, 1987. С. 83.

⁴ Там же. С. 83.

Тобольский товаропоток, несмотря на отдаленность от центральных магистралей России, «превосходил в то время псковский и тихвинский и находился на уровне смоленского»¹. Территориально Тобольск находился в довольно выгодном положении. Столичные власти, находящиеся географически далеко, не имели возможности регулировать устоявшиеся торговые связи Сибири и Азиатских стран. Контроль осуществляли сами тобольские управители. Тобольск, поддерживая торговые связи с несколькими десятками российских городов, в то же время активно торговал с Китаем и со странами Средней Азии, являясь важным трансмиссионным центром торговли между Азией и Европой.

Торговля, как важный элемент жизни города, кроме экономической составляющей, тесно сопряжена и с культурными особенностями: с обменом традициями, развитием толерантности и т.д. Так, сам факт привлечения к торговой и таможенной службе Тобольска в начале 1600 гг. для участия в сборе пошлины² наряду с местными россиянами бухарцев, выглядел неким стратегическим ходом, способствующим налаживанию межэтнические контактов, сглаживающих возникавшие противоречия и разногласия между населением. Среднеазиатские товары наряду с бухарцами привозили в Тобольск и служилые татары, и русские посадские люди, и другие торговцы: «торгуют в Тобольску в лавках отъезжая в сибирские города и в калмыки с послы для торгов и ездят»³.

Учитывая, что в рассматриваемый нами период практически не существовали способы обмена информацией, не связанные с непосредственными контактами, важность Тобольска как транспортного узла была значимой и в плане социальной коммуникации. Так, А.Ю. Якубовский утверждал, что благодаря Тобольску Московское государство стало

¹ Там же.

² Так, в переписной книге 1632 г. есть отметка: «...юртовские бухарцы в целовальниках бывают в году в Тобольску в таможене 1 человек, да в отъезде для таможенного сбора на реке Киртасе да к Ямышеву озеру 2 человека, да для покупки всяких запасов на Устюг Великий 1 человек, да для хлебной покупки в сибирские города 2 человека» [Магидович И. П. Очерки по истории географических открытий. М. : Учпедгиз, 1957. 752 с.]

³ ЦГАДА СССР. Ф. 214. Сибирский приказ. Ст. 81. Т. 64.

преемником давно сформированных торговых и дипломатических связей исламских купцов турецкого и арабского Востока с Зауральем¹. Руководить этой налаженной торгово-транспортной системой должен был именно русский город, иначе культурное развитие региона могло пойти по иному сценарию.

Тобольская губерния XVII – XVIII веков может служить ярким примером самобытной жизни. Будучи отдаленной провинцией, губерния вела разностороннюю деятельность. Так, согласно материалам, полученным из ГБУТО ГА², начало фабрично-заводского производства Тобольской губернии можно отнести к XVII веку, и первым освоенным в этот период делом стала выделка кож³. Отмечая разнообразие направлений развития производства в конце XVIII в., О. Трофимова пишет, что в регионе: «... успешно работали писчебумажная и полотняная фабрики, стекольный, свечной и винокуренный заводы, шелкоткацкое и оружейное производства, частная типография. Развивалось судоходство, рыбный и лесной промысел»⁴.

Собирательный культурный образ Тобольска – сибирской столицы – будет неполным без акцента на факте существования в 1766 – 1781 гг. особой сибирской монеты. Само появление провинциальной валюты имеет знаковый характер: наличие собственной денежной единицы – один из признаков суверенитета территории. Несмотря на то, что российская национальная валютная система сформировалась еще в XVII в., Сибирь страдала от недостатка денежных средств, дефицит оборотных фондов наблюдался даже у довольно крупных промышленников. Столица государства попыталась устранить это препятствие в экономическом развитии региона, и в 1763 г.

¹ Якубовский А. Ю. Феодалное общество Средней Азии, и ее торговля с Восточной Европой в X–XV вв. // Материалы по истории Узбекской, Таджикской и Туркменской ССР. Ч. 1. Л., 1932. С. 1–60.

² См. приложение 1, С. 1.

³ –1700 год – основание первого оружейного завода;

–первая половина XVIII века – начало винокуренного производства;

–1740–1748 годы – основание в Ялуторовском округе Уковского, Падуанского и Петровского винокуренных заводов;

–1749 г. – начало функционирования Аремзянского (Тобольский округ) стекольного завода Корнильевых;

–1751 г. – устройство писчебумажной фабрики купцов Медведевых (Ялуторовский округ);

–1760 г. – организация Туринской писчебумажной фабрики;

–1789 г.– открытие в Тарском округе Екатерининского винокуренного завода;

–1808 г. в Тобольске появилась полотняная фабрика купца Куткина. (См. приложение 1, С. 1)

⁴ Трофимова О. Форпост России за Уралом // Тюменские известия. 2008. 20 сентября. С. 6.

императрицей Екатериной II был подписан Указ о чеканке особой сибирской монеты: «И дабы сия новая медная монета во всяких казенных и партикулярных сборах и платежах хождение и обращение свое имела невозбранное только в одной Сибирской губернии, а в прочих губерниях хождение не иметь»¹. Впоследствии возникла определенная «монетная конкуренция», что повлекло за собой падение курса сибирской монеты и последующее ее изъятие из оборота: империя не позволила полноценно использовать региональную валюту, что подтверждает опасения российской столицы потерять контроль над Сибирью.

2. Фактор ценностный

Духовная жизнь Тобольска наложила глубокий отпечаток на развитие всей сибирской культуры. Огромную роль в судьбе города сыграло возникновение Сибирского архиепископства в 1621 г., первым тобольским архиепископом стал Киприан (Старорусенников), за свой духовный сан и преданность вере названный впоследствии «защитником православия и земли русской».

Н.П. Анциферов, акцентируя внимание на наиболее значимых точках становления истории городов, писал: «У каждого есть ядро, от которого ведет начало их существование, — первоначальная клеточка, положившая основание ткани городского организма...»², подразумевая под «ядром» города именно отправную точку его культурного становления. В Тобольске таким местом, а заодно и важнейшим духовным символом, является кремль.

Крепости, церкви и монастыри со времен древней Руси были не просто местами проведения актов религиозного культа, а главным образом — свидетельством культурно освоенной территории³. Так, весь ритм композиции

¹ Именной Указ императрицы Екатерины II 11983 от 5 декабря 1763 г. «О хождении новой медной монеты, сделанной в Сибири на Колывано-Воскресенских заводах, во всяких казенных и партикулярных сборах и платежах в одной только Сибирской губернии» // Полное собрание законов Российской империи. Т. 16. URL: https://nlr.ru/e-res/law_r/search.php?part=71®im=3 (дата обращения: 20.11.2024).

² Там же.

³ Так, храм во имя Святой Троицы, с которого в Тобольске началось строительство кремля, задумывался не столько для нужд церковного прихода, а в первую очередь как «...символ божественного покровительства городу и памятник его основанию». [Тобольск – город-памятник Западной Сибири // Тобольская правда. 2009. 17 апреля. С. 43]

города Тобольска задается кремлем, задуманным и созданным архитектором С.У. Ремезовым¹ как «ансамбль высокого гражданского звучания», как главная достопримечательность города. «Тобольск с его кремлем, с высокими башнями, грандиозным собором, как бы парящим над просторами Сибири, явился земным выражением величия и мощи Русского государства, конкретным свидетельством неразрывной связи Сибири с ... Русью»². По мнению В.В. Кириллова, монументальные исторические постройки нельзя рассматривать только как архитектурные сооружения, их идеологическое содержание намного глубже. Д.И. Копылов, В.В. Кириллов, Н.В. Сухорукова, К.В. Бобков, Е.В. Шевцов и др., подчеркивают в своих работах важность культурно-исторической символики для менталитета людей, специфики складывающихся между ними отношений³. Так, Дмитриевские ворота тобольского кремля, так и оставшиеся недостроенными, рассматривались как символическая триумфальная арка, открывающая вход России в Азию.

Столичные города всегда становились местом сосредоточия научных, образовательных, медицинских и иных инноваций, в них создавались учебные заведения, развивались передовые производства. Тобольск отличался концентрацией научной и военной элиты, чья активность способствовала, в том числе, и расширению территории освоенной Россией Сибири, и, соответственно, укреплению культурного статуса города как на внутригосударственном, так и на международном уровне.

Расширение России на северо-восток чаще происходило путем мирного освоения новых территорий: удобное расположение, обеспеченность продовольственными, оружейными и иными запасами для финансирования

¹Семен Ульянович Ремезов внес неоценимый вклад в культурно-исторический копилку Западной Сибири. Будучи талантливейшим человеком своего времени, Ремезов проявил себя как литератор, картограф, чертежник и историк. Одной из важнейших его работ стал географический атлас из 23 карт – «Чертежная книга Сибири». Написанная в 1699–1701 гг., книга отличалась удивительной точностью карт местности. Важной работой Ремезова была также «Служебная чертежная книга», начатая в 1701 г., в ней автор отразил схемы и чертежи уже возведенных или еще задуманных им зданий. Но более всего С.У. Ремезов прославился как архитектор и творец тобольского кремля. [Барабанова Л. Этюды о заповедном городе. Свердловск: Средне-Уральское книжное издательство, 1986. С. 68–87].

² Сухорукова Н. Кремль в веках // Тобольск и вся Сибирь : альманах. Кн. 10. Тобольск, 2008. С. 43.

³ Там же. С. 52–54.

экспедиций, наличие квалифицированных специалистов позволили городским властям инициировать и возглавить несколько важнейших походов, результаты которых внесли неоценимый вклад в мировую науку и культуру.

Культурный статус территории связан с уникальным видом деятельности, развивающейся на данной территории. Так, Тула ассоциируется с оружием, самоварами, тульскими пряниками; Екатеринбург – с горнорудным производством; Мурманск – с Северным флотом и рыбодобывающей промышленностью и т.д. Стержнем материального благосостояния Зауралья многие десятилетия была пушнина, деньги от выручки которой стремились в метрополию, в столицу. В середине XVII в. собранная сибирскими воеводами пушная казна составила третью часть всего дохода российского государства. Налаженная промышленность способствовала самообеспечению региона. Имея высокий уровень собственных доходов Тобольск не нуждался в дотациях; более того, центральная власть была заинтересована в богатой провинции, которая «...крепила мощь сверхдержавы, поставляя сырьевые ресурсы или делая оружие...»¹.

Согласно документальным источникам из государственного архива Тобольска, промышленная деятельность была представлена характерными, исконными для региона направлениями, рост инновационности был невысокий. Важно отметить, что новаторство внедрялось обычно силами местного населения, а не органов государственной (центральной) власти. К примеру, показательным культурным прорывом для Тобольска стало бумажное производство и организация печатного дела². Первая в Зауралье бумажная фабрика, открытая купцами Медведевыми, помогла решить вопрос с дефицитом бумаги в Сибири³, а печатное производство возникло уже как

¹ Ковалев В. Демократизация и неравенство: судьба российских регионов в процессе глобализации // Политическая наука. 2004. № 1. С. 33–45.

² Дмитриев-Мамонов А. И. Начало печати в Сибири. 3-е изд. СПб., 1900.

³ В Тобольской губернии был налажен выпуск четырех лучших сортов бумаги, в том числе писчей, полуалександринской и картузной. И хоть производство было малообъемным, на тот момент из 19 существующих в России мануфактур медведевская фабрика занимала 11 место. Позже фабрику выкупил купец Василий Корнильев. Он сумел значительно расширить производство, поставляя готовую продукцию в наместническое правление и в иные присутственные места. Излишки бумаги продавались на ярмарках и

ответ на духовный «вызов времени». Печатные издания позволяли распространять знания, а также контролировать информационное наполнение популярных материалов. В типографии В. Корнильева осуществлялась печать первого журнала «Иртыш, превращающийся в Иппокрену», издаваемого при Тобольском главном народном училище в 1789–1791 гг.¹.

Печатное слово являлось одним из важнейших путей распространения и утверждения христианской веры в многоконфессиональной Сибири. Учитывая российскую специфику нужно признать, что влияние церкви на государство было велико, православие являлось основополагающим принципом российской государственности. Согласно Н.С. Юрцовскому, «духовная школа в Сибири предшествует другим видам государственно-общественной просветительской деятельности»². Открытая в Тобольске в 1703 г. архиерейская школа занималась подготовкой начального звена церковнослужителей³, всячески способствовавших распространению грамоты. Становление в XVIII веке⁴ и последующее развитие светского образования в Тобольске происходило сообразно возникающим потребностям в подготовке специалистов. «Цель всех успехов в области культуры, которые служат школой человеку, – применять полученные знания и навыки в миру...»⁵. Геодезическая школа (начало 1750-х гг.), школа переводчиков с восточных языков – образцы грамотного подхода в организации обучения

поставлялись в другие города Сибири. [Кочемамов В. И. Тобольск : (как рос и строился город). Тюмень, 1963. С. 24–36].

¹ «С первого же года открытия вольной типографии Корнильева и главного народного училища в Тобольске начал печататься в этой типографии периодический журнал под названием “Иртыш, превращающийся в Иппокрену”... Это периодическое издание, будучи первым по времени своего выхода в свет изданием такого рода в Сибири, было в то же время единственным провинциальным периодическим изданием во всей России» [Памятная книжка Тобольской губернии на 1884 год / сост. А. И. Дмитриевым-Мамоновым и К. М. Голодниковым. Тобольск : Тобольский губернский статистический комитет, 1884. С. 265].

²Юрцовский Н. С. Очерки по истории просвещения в Сибири. Новониколаевск, 1923. С. 8.

³ Сургутгазпром, «Возрождение Тобольска» и история Азиатской России : [сопроводительный проспект к серии «История Азиатской России»] / ред.- сост. В. Ботов. Тобольск : Возрождение Тобольска, 2001. С. 114.

⁴Так, во время правления воеводы М. Я. Черкасского в Тобольске была открыта одна из первых в России светская начальная общеобразовательная школа. Еще одно учебное заведение – частная Шведская школа, открытая по официальному согласованию с властями шведским офицером фон-Врехом – пользовалась большой популярностью, кроме детей иностранцев в там обучались и дети тобольской знати: уровень преподавания в школе был очень высок, нравственному воспитанию учащихся уделялось особое внимание. [Прибыльский Ю. П. Указ. соч. С. 37–46].

⁵ Кант И. Антропология с прагматической точки зрения. СПб. : Наука, 1999. С. 138.

востребованным профессиям в Тобольске. В конце XVIII в. «...административное положение Тобольска как губернского города определило открытие в нем в 1789 году Главного народного училища»¹ – первого в Сибири среднего учебного заведения.

3. Фактор воздействия личности

Население. Статус столицы региона возлагает на город определенные обязательства, в том числе и поиск путей согласия между представителями различных народностей и вероисповеданий. Пример Тобольска показывает, что помимо носителей государственной религии – православия – на его территории толерантно сосуществовали представители других религиозных конфессий: мусульмане, иудеи, католики. Такое разнообразие жителей нашло отражение и во внешнем облике города. В.В. Кириллов указал на некий симбиоз культур, сформировавшийся в Тобольске с самого момента зарождения города. К примеру, при расчистке стен Захарьевской церкви обнаружилось, что ее оконные наличники изначально имели терракотовую окраску, характерную не для славянского, а для азиатского идеала красоты, т.е. российский православный храм строился, в том числе, и созвучно канонам азиатского искусства.

Немаловажной составляющей культурного статуса города является рост и благосостояние проживающего в нем населения. Анализируя данный показатель, А. Левинсон в работе «Город и ценности» отметил, что постепенное нарастание граждан – это один из важнейших признаков фазы его «столичного» развития. Что касается Тобольска, то он не просто привлекал, он концентрировал и удерживал людей, осознанно выбравших его местом своего постоянного проживания: «И все они (жители) осознавали себя тоболяками... А раз есть Тобольск – значит быть русской Сибири»². Население города росло

¹Промоторова Н. В., Конев Ю. М. Тобольск XVII–XIX веков — центр просвещения Сибири // Роль Тобольска в освоении Сибири : тезисы областной научной конференции, посвященной 400-летию Тобольска, 3–5 июня 1987 г. Тобольск, 1987. С. 125.

²Сухорукова Н. Указ. соч. С. 44.

очень быстро: в первое десятилетия после образования города в обоих его посадах (верхнем и нижнем) проживало 12 – 13 тысяч человек¹.

В рассматриваемый нами период территориальное расширение России, связанное с присоединением новых земель, повысило статус государства. Метрополия обретала новые регионы, которым, по причине самобытности их культуры и традиций, не были чужды некоторые соблазны возврата к суверенизации своей территории. Сибирь, ставшая частью российского государства, по мнению некоторых исследователей, также отличалась определенной амбициозностью. Амбициозность Тобольска связывают с личностью первого сибирского губернатора князя М.П. Гагарина. По имеющимся данным, сибирский генерал-губернатор Матвей Гагарин озвучивал размышления об отделении Сибири во главе с Тобольском от России, замысливая мятеж, даже сформировал военное подразделение, главным образом состоящее из пленных шведских офицеров и солдат. Опасения потерять Сибирь, возникшие у Петра I в период пребывания Гагарина на посту сибирского губернатора, укрепили столичную идею: все, что касается расширения автономии регионов, должно строго пресекаться. Центральная государственная власть всегда выступает против сецессии, интерпретируя любые обстоятельства противостояний в свою пользу.

Большой вклад в развитие культуры Тобольска внесли творческие личности. В регионах «именно на местной интеллигенции и лежит бремя обыденного, сложного, неоднородного культурного самоопределения территорий (...). Тем более что в глубинке интеллигенция сохраняет свой культурный статус и играет роль окна в большой мир гораздо в большей мере, чем интеллигенция московская и питерская»². Культурный статус Тобольска неразрывно связан с выдающимися личностями: «...тобольская «доска почета» впечатляет какой-то особой плотностью переплетения судеб и

¹ Кочедамов В. И. Указ. соч. С. 46.

² Каганский В. Внутренний Урал // Журнальный зал : Отечественные записки. 2003. № 3. URL: <https://magazines.gorky.media/oz/2003/3/vnutrennij-ural.html> (дата обращения 23.03.2015).

событий»¹. Ю. Крижанич, С.У. Ремезов, протопоп Аввакум Перов, П.П. Ершов, Д.И. Менделеев, А.А. Алябьев, П.А. Словцов, К.Н. Николаев, ссыльные декабристы – вот неполный список деятелей культуры, искусства и политики, живших и творивших в Тобольске. Эти личности повлияли на развитие духовности российской провинции, они инициировали появление первой книги и журнала, открытие театра, краеведческого музея, организовали духовные и гражданские школы в Сибири.

Жизнь в отдаленных провинциях для столичных жителей ассоциируется с прозябанием и страданием; по этой причине вполне объяснимым выглядит использование государством регионов в качестве мест отбывания наказания для преступников. По законам, существовавшим в Российской империи, ссылка заключалась в удалении преступника из места его постоянного проживания в отдаленную местность. Русское право, применяя в качестве наказания ссылку, кроме очищения метрополии от злоумышленников, стремилось попутно решить еще некоторые государственные задачи. С помощью труда ссыльных было проще колонизировать отдаленные территории.

Анализ культурно-исторических событий показывает, что ссыльные оказали не только практическое, но и культурное влияние при освоении сибирских земель. Представители сосланной интеллигенции в значительной мере способствовали становлению и совершенствованию просвещения, науки и культуры Сибири и Тобольска в частности.

Важное влияние на культуру Сибири оказали ссыльные пленные шведы. К. Голодников пишет: «Кроме того, в Тобольск, после Полтавской битвы, сослано было много пленных шведов, и в том числе известный Страленберг, издавший в Стокгольме в 1730 г. книгу о России»². Будучи задействованными в различных службах, промыслах, торговле образованные европейцы из числа

¹ Елфимов А. «Столица, глядящая на восход» // Тобольск и вся Сибирь. Альманах. Кн. 10. Тобольск, 2008. С. 29.

² Голодников К. Тобольская губерния накануне 300-летней годовщины завоевания Сибири. Тобольск, 1881. С. 17.

ссылных участвовали также в становлении и совершенствовании системы образования в Западной Сибири.

Позже, уже в середине XIX века, большую лепту в развитие культуры и мысли Западной Сибири внесли ссылные декабристы. Их преподавательская, просветительская работа, деятельность в сфере здравоохранения, разносторонняя творческая активность – часть культурно-исторического наследия Западной Сибири и всей России.

В первой половине XIX века стремительный взлет экономики Тобольска сменился периодом упадка, начавшегося после переноса административного центра Сибири в Омск. Такой поворот событий повлек за собой резкое угасание культурной жизни города. Интенсивное развитие промышленности многих российских городов, наблюдавшееся с начала XIX века, не коснулось Тобольска. Торговля пришла в упадок, и одной из основных причин этого считается перемещение торговых путей, связанное со строительством железной дороги в обход Тобольска. Большинство предприятий разорилось. Продажа пушнины практически прекратилась. Жители города вернулись к своему исконному занятию: ловле и обработке рыбы.

Таким образом, содержание и наполненность факторов культурного статуса Тобольска напрямую связаны с его формальным административным статусом. «Социальная динамика» сибирской столицы в середине XIX века преобразовалась в «социальную статику» провинциального города. Он перестал развиваться, и вместе с этим замерли практически все направления его социально-культурной жизни. Из передового и инициативного он превратился в периферийный город.

2.3. БРЕНД КАК СПОСОБ СОЗДАНИЯ КУЛЬТУРНОГО СТАТУСА

Общая тенденция цивилизационного развития – глобализация – привела к появлению городов-мегаполисов, жизнь в которых стандартизирована

одинаковыми производственными процессами, рыночной экономикой, влиянием массовой культуры. Небольшие города, вовлеченные в процессы цивилизационного масштаба, утрачивают свою геополитическую роль, культурную специфику, экономическую стабильность. Все это нарушает культурное многообразие, снижает способность человека и общества вырабатывать информацию, обеспечивающую эволюционные возможности. Лидеры государств и регионов вынуждены сегодня «продавать уникальность» городов и других территориальных образований с тем, чтобы обеспечить возможность их существования. С этой целью применяется комплекс мер, направленных на выявление, осмысление, обоснование и продвижение определённых отличий мест (городов, поселков, регионов) с целью повышения их конкурентоспособности, то есть брендинг территорий.

Являясь знаком, предназначенным для идентификации товаров или услуг, бренд, в отличие от рекламного образа, формируемого посредством наделяния позитивными характеристиками стандартного набора параметров, всегда уникален, связан с конкретными явлениями, событиями, объектами.

Бренд – не простое средство идентификации товара. Это показатель успеха его создателя, история его побед. За каждым брендом стоят достижения конкретной личности, история становления и успеха. С брендом всегда связана определенная мифология, какое-то «неявное знание». Ориентируясь на бренд, человек соприкасается с тем, что за ним стоит – знаниями, взглядами, жизненными приоритетами, целями, ценностями. Поэтому бренд выступает медиатором не столько между человеком и вещью, сколько между человеком и человеком, создателем и потребителем.

В современном социокультурном пространстве, ориентирующем на саморазвитие, индивидуализм, самовыражение, повседневная жизнь становится искусством потребления и выбора того, что стоит потреблять. Если «в доиндустриальную эпоху бренд рассказывал о неповторимости творца вещи, сегодня он повествует и о владельце вещи, указывая на индивидуальные

особенности его мыслей, образ жизни, предпочтения, желания»¹. Выбирая бренд и актуализируя сопутствующие ему смыслы, человек выстраивает индивидуальный путь возвращения к самому себе, к своему истинному «Я», затерянному в поле социальных значений. Вместе с тем бренд может служить своеобразным эталоном в определении жизненных установок, выстраивании ценностных приоритетов, позволяет ориентирующемуся на него человеку почувствовать себя органичной частью социума и культуры, сохраняя при этом свою свободу и восстанавливая целостность внутреннего мира. «Важнейшая функция бренда со стоящими за ним историей и мифологией связана с тем, чтобы побудить человека к самопроизводству собственной личности и собственной истории жизни»².

Наличествуя в репрезентативном пространстве, бренды неявным образом участвуют в формировании сознания человека-потребителя, в конструировании мира его ценностей и предпочтений. Выбирая определенные продукты, мы создаем свою повседневность и влияем на формирование социальной реальности.

Бренд выполняет следующие функции в повседневном бытии человека:

- 1) индивидуализирующая – помогает человеку в существующем многообразии вещей и информации определиться с выбором;
- 2) ценностно-ориентирующая – бренд может выступать в качестве маркера ценностных приоритетов человека как в материальном потреблении, так и в духовном, транслирует определенные коллективные ценности и «призывает» человека следовать каким-либо образцам поведения, нормам и правилам жизни, т.е. влияет на формирование мировоззрения потребителя;
- 3) социализирующая – использование брендов благодаря их социокультурным особенностям позволяет человеку формировать и выражать свою индивидуальность.

¹ Феномен бренда: философско-антропологическая интерпретация / Невелева В. С., Миляева В. Г., Дыдров А. А., Соломко Д. В. // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение, вопросы теории и практики. 2017. № 10–2 (84). С. 105.

² Там же.

Одновременно это означает культурную идентификацию и предполагает соотнесенность человека с какой-либо культурной общностью, группой.

«Сегодня бренды становятся основанием личностной идентичности, а дискурсы и персонифицированная символика известных брендов воспринимаются в качестве метафор смысла жизни человека ... В системе коммуникации бренд не просто взаимодействует с аудиторией — он все активнее берет на себя функции творения человеческой субъективности ... В результате возникает специфическая семиосфера брендов — самостоятельная отрасль культурной практики, в которой заняты высокоинтеллектуальные и творческие личности (в этом плане специалисты в области брендинга становятся полноправными субъектами культурной политики, меняющими облик этого мира)»¹. Согласно мнению Ю.А. Запесоцкого, «Если под культурой мы подразумеваем систему ценностей и норм, правил поведения, связанных с отношениями между людьми, определяющими своеобразие, идентичность определенной общности, то современные бренды во многом выполняют те же самые функции. В постиндустриальном обществе производство и потребление брендов становятся относительно самостоятельной сферой социально-культурных коммуникаций, далеко выходящей за пределы маркетинга и постепенно теряющей свою связь с системой производства. В постиндустриальном обществе бренд не желает больше оставаться коннотацией товара, его не устраивает функция знаково-символической упаковки услуг — он активно входит в пространство культуры, становится ее творящей субстанцией»².

«Брендинг территории призван выявить то, что присуще только данному месту или народу, отличает его как визитную карточку, как неповторимое лицо, несопоставимое с другими»³. Бренд выделяет культурные особенности (архитектура, история, яркие образы, интересные люди, традиции, события),

¹ Запесоцкий Ю. А. Бренд как фактор межкультурной коммуникации // Диалог культур и партнерство цивилизаций : XIV Международные Лихачевские науч. чтения. СПб., 2014. С. 296.

² Там же. С. 295.

³ Гуцалов А. А. Культурный бренд и брендинг территории // Культурное наследие России. 2018. № 3. С. 89.

раскрывающие уникальность места, подчеркивая их значение в жизни и деятельности социума, а если этих особенностей нет, способствует вовлечению широкого круга людей в процесс их производства способствуя укреплению территориальной идентичности. Эффективная презентация уникальных черт локальных пространств делает их привлекательными для инвестиций, способствуя экономическому и культурному росту.

Л.В. Щеглова и А.И. Шипицин определили бренд города как ценностно-смысловую конструкцию, своеобразную систему знаков и образов, задающую схемы восприятия города с опорой на наиболее значимые и уникальные характеристики и предметы места, а сам брендинг – как процесс эффективной репрезентации внутренних представлений о территории во внешнюю среду, что является важнейшим условием его успешного «поиска» и конструирования¹. С.Д. Бакулиной проведена большая работа по изучению культурного брендинга как стратегии развития региона в условиях социальных и культурных трансформаций. Автор трактует культурный бренд как «образ места, который сложился на основе знаковых культурно-исторических событий, определяющих исключительность территории (этнических, конфессиональных, художественных, политических, исторических, образовательных и пр.); реализуется в социокультурных направлениях развития региона, определяя его сущность в пространстве государства»². В своих исследованиях автор предлагает алгоритм создания бренда с четким обоснованием каждого этапа. Отправной точкой в брендинге места становится изучение территориальной идентичности. В этот процесс должны быть вовлечены представители власти, бизнеса, профессиональных и субкультурных сообществ. Территориальная идентичность – чувство общности, возникающее на основе понимания тех смыслов, образов и концептов, в семантике которых закладываются

¹ Шипицин А. И., Щеглова Л. В. Культурный брендинг Волгограда: условия и проблемы // Каспийский регион. 2017. № 4 (53). С. 139.

² Бакулина С. Д. Культурный брендинг как стратегия трансляции культурной памяти и механизм формирования региональной идентичности // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. 2013. № 6. (27). С. 90.

представления о взаимосвязи человека, общества и территории¹. Понимание уникальности, различия, сопричастности раскрывается через переживания, доступные только проживающим в данной местности.

Разработка бренда города начинается с поиска и выделения его отличий, позволяющих сформулировать цели, миссию, ценности, основную тему, характеризующую городское пространство. Отличия должны быть не просто уникальными, но и позитивными, отражать лучшие стороны жизни территории, консолидируя вокруг себя ее жителей. Позитивная идентификация региона, в первую очередь, связана с умением сделать нужные акценты на природных, экологических, исторических, социально-экономических, культурных и других особенностях. Наиболее яркие ценностно-смысловые маркеры должны порождать устойчивые ассоциации с местом, но они не могут быть «навязаны» сверху и зависимы от конъюнктурных интересов. «Нельзя ожидать поведения, которое идет наперекор чувствам»². В результате успешного брендинга качества материальных объектов (утилитарные, эстетические) трансформируются в духовные состояния.

Успех современного геобрендинга зависит от правильно выбранной концепции, аккумулирующей в себе ключевые преимущества региона. Бренд - «набор уникальных, сильных и позитивных ассоциаций, которые возникают в сознании потребителей, добавляя ценность товару или услуге»³. «Бренд территорий – это, в первую очередь, сильная идея, удачно подмеченная и оформленная идентичность места, основанная на ожиданиях, ощущениях, опыте»⁴. Основная сложность реализации этого этапа состоит в том, что из неявных и неартикулированных представлений горожан требуется эксплицировать четкий и понятный образ территории, содержащий

¹ Федотова Н. Г. Территориальная идентичность как символический ресурс региона // Вестник Новгородского государственного университета. 2015. № 7 (90). С. 106.

² Бьюженталь Дж. Наука быть живым. М. : Класс, 1998. С. 36.

³ Шапкина Ю. В. Бренд территории: некоторые результаты терминологического анализа // Социально-экономические явления и процессы. 2012. № 5–6 (39–40). С. 152.

⁴ Кукина Е. Н. Брендинг территорий: сущность и принципы разработки // Известия Волгоградского технического университета. 2011. № 4 (77). С. 204.

актуальные идеи и смыслы. Определение и согласование атрибутов, описывающих уникальный характер места, должно осуществляться в ходе общественной дискуссии с вовлечением всех заинтересованных сторон и отличаться непредвзятостью, оригинальностью, комплексным подходом¹.

Помимо разработки бренда, важно продумать инструменты и способы его продвижения и поддержки. На этом этапе большое значение имеет осознание жителями города, региона необходимости самопрезентации, поддержка населением проектов конструирования новой идентичности. Этого можно достичь развитием современной городской инфраструктуры, способствующей созданию благоприятного социально-психологического климата и осознанию ценности неповторимой атмосферы данного места. «Здесь-и-сейчас» начинается с ощущений»².

Если целенаправленно не заниматься разработкой и продвижением позитивного бренда, то в сознании местных жителей и гостей отношение к городу, поселку сформируется стихийно естественным образом, и, возможно, не будет позитивным, а негативную репутацию сложнее изменить в будущем.

Как заметили Л.В.Щеглова и А.И. Шипицин, мировоззренческие и ментальные сдвиги в сознании горожан, смена экономических, социальных, политических, управленческих практик показывают, что в развитии городов культура приобретает особую роль, превратившись в форму позиционирования своеобразия и уникальности места. В таких условиях перед экспертным сообществом, интеллектуальной и творческой элитой, работниками культуры города стоит задача придать отдельным местам, объектам, событиям значимость, что чаще всего решается установкой необычных скульптур и арт-объектов, разработкой новых экскурсионных маршрутов, регулярным проведением выставок и фестивалей, открытием музеев и галерей.

¹ Шипицин А. И. Щеглова Л. В. Указ. соч.

² Бьюженталь Дж. Указ. соч. С. 36.

Для становления «символической экономики» города необходимо не только реставрировать и охранять памятники истории и культуры, но создавать условия для их полноценного существования в современной жизни. Необычные городские места, мифы, здания, монументы, творческие сообщества, частные коллекции уникальных предметов, креативные практики горожан, культурные институции, имеющие как официальный, так и неформальный статус, должны быть вовлечены в экономический и социальный оборот в виде сувенирной продукции, экскурсионных маршрутов, музеев, образовательных программ.

При брендинге города необязательно акцентировать внимание на реальном и подлинном, достаточно сделать акцент на те элементы, которые могут помочь наблюдателю создать свой ассоциативный ряд. На создание бренда города и формирование «взгляда туриста» влияют рукотворные объекты, к которым относят: улицы и другие пути; края (четкие переходные зоны или линейные границы); районы (кварталы, обладающие особым колоритом); стратегические точки; ориентиры, а также значимые события, проходящие в городе.

Популярным является подход, связанный с закреплением тематических (ролевых) мест, использованием реальных или мифологизированных исторических персон или событий. Далее иницируются соответствующие мероприятия и формируются традиции, создающие известность, популярность и привлекательность новых символически-знаковых систем. Даже один, но уникальный параметр способствует продвижению территории, укреплению её конкурентоспособности. Данная стратегия эффективна при отсутствии сырьевых или промышленных ресурсов. В этом случае регион, чаще всего, развивается как развлекательно-туристический комплекс. Оптимален вариант, при котором мифология поддерживается фактическим производством товаров или услуг, сохраненными и действующими обычаями. Распространенной является экономическая стратегия брендинга, когда поддерживаются полюса роста глобального или общенационального уровня,

привлекательные с точки зрения финансовых вложений; налаживаются деловые связи, оказывается содействие инновационной деятельности современных промышленных предприятий. Например, Тюмень позиционирует себя как город инновационных технологий и высокого качества жизни. Достижение такого результата осуществляется за счет развития приоритетных кластеров: нефтегазового, медицинского, судостроительного, деревообрабатывающего, а также за счет внедрения инженерно-сервисных, информационно-технологических и транспортных услуг.

Как уже отмечалось, важной особенностью бренда является наличие какой-то истории, какого-то мифа – информации, имеющей значение для человека. Как известно, в настоящее время история поглощается конъюнктурой, политикой, однако для бренда история становится творческим ресурсом, истоком, фундаментом. Богатое прошлое товара является гарантом его высокого качества и уникальности свойств. Чем богаче история бренда, тем крепче его позиции на рынке товаров и услуг. Имея свою историю, бренд связывает поколения, эволюционирует, находится под непрерывным воздействием исторической селекции, которая предполагает прежде всего отбор наиболее оптимальных способов удовлетворения запросов социума.

Таким образом, в современном социокультурном пространстве вырабатывается уникальная технология, позволяющая формировать реальность в процессе повседневной практической деятельности разных слоев населения, объединенных общей целью. В семиотической структуре территориальных брендов закодированы жизнесохраняющие смыслы, исходящие из предпосылочного знания об органичной связи человека, природы и общества, их взаимозависимости. Это культурная практика, объединяющая материальное и духовное, утилитарное и эстетическое.

Бренд может быть рассмотрен как ментальный конструкт, заключающий в себе набор смыслов, а также как своеобразный ценностный ориентир, регулятор процесса практик потребления, как материальных, так и духовных.

Обретение городом уникальной идентичности с известными и понятными отличиями способствует усилению его репутационного влияния, улучшению социально-психологического самочувствия жителей, культивации у них чувства гордости, уверенности, комфорта. Эффектом сильного бренда может стать повествование города всему миру о своей специализации, истории, компетенциях, ресурсах, миссии. Культурный бренд способен выступить механизмом формирования идентичности и консолидации населения через осознанное принятие социумом идеи исключительности определенного локального пространства. Правильно выстроенная стратегия брендинга способствует интеграции региона в мировое сообщество в качестве уникальной геофизической, социально-экономической и культурной единицы.

Итак, брендинг как технология включает в себя 1) репродуктивный этап – сбор, обобщение и анализ эмпирических данных; 2) этап продуктивный, предполагающий ауторефлексию - осмысление полученных данных в социокультурном контексте и выработку стратегии, определяющей направление развития; 3) медиатизацию продукта.

В условиях развития информационных технологий и распространения социальных сетей «продающий текст» приобретает новое качество: всегда линейный, направленный на потенциального покупателя, не предусматривающий обратной связи, он становится реверсивным. В социальных сетях объект не просто рекламируется – он обсуждается, обсуждается и продающий его продукт.

Современные цивилизационные процессы, обусловленные цифровизацией, технологизацией, глобализацией, порождают онтологическую ситуацию, когда человек включен в коммуникацию (находится в состоянии осознанного переживания, а не пассивного восприятия и автоматического реагирования), реалистично ощущает меру ответственности, способен проективно мыслить и выработать собственные параметры жизнедеятельности. Брендинг городов – это комплекс мер,

благодаря которым представители разных слоев населения осознанно или неявным образом обретают общие знания, ценности, цели и смыслы и создают общее пространство.

П.Бурдьё показал, что социальные практики определяют образ мыслей и поведение людей выступая в качестве «индикаторов» доступного и недоступного, заставляя приспособляться к настоящему и формировать будущее¹. Введением понятия «габитус» как системы структурирующих структур, то есть принципов, порождающих практики и представления, он показал, что практики детерминируются социальной средой и в тоже время воздействуют на среду, изменяя ее структуру, что происходит неявным, часто неосознаваемым для людей образом.

Быстроизменяющиеся тенденции в экономике, необходимость привлечения инвестиций и растущая конкуренция среди муниципальных образований и регионов являются главными чертами современной социальной жизни. В этих условиях необходимой составляющей стратегии управления становится планирование. Брендинг территории, включающее в себя разработку логотипа, удачного слогана, а также территориальный маркетинг, который способствует максимальному распространению информации о регионе является необходимым условием реализации эффективной управленческой стратегии.

Бренд – это последовательный набор функциональных и эмоциональных обещаний целевому потребителю, которые являются уникальными, значимыми и лучше отвечают его потребностям. Как отмечает В.Н.Степанов, бренд рассматривается как компонент дискурса силы – влияния, проявления духа, власти, мощи, интенционального состояния и связан с онтологией современных активов, в том числе экономических².

¹ Бурдьё П. Социальное пространство: поля и практики. СПб. : Алетей, 2007.

² Степанов В. Н. Персональный брендинг как актуализация личностного начала силы // Брендинг как коммуникативная технология XXI века : материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием 25–26 февраля 2016 года. СПб., 2016. С. 154–157.

Брендинг можно рассматривать как одну из форм актуализации силы определенной уникальности; как способность становления этой уникальности, ее изменения в присутствии другого, целенаправленного воздействия на поведение или мышление человека, общностей и групп в сфере общения/коммуникации, в первую очередь – публичного и массового.

Осознанное целенаправленное укрепление имиджа города, создание бренда, способствует обретению городом нового культурного статуса не только эффективного для бизнеса, но и значимого в плане самоосознавания, обретения духовной силы и возможности самореализации.

Транслируемый в региональном тексте образ региона – это одновременно и результат преобразования регионального пространства, основывающегося на видении региональным сообществом культурного наследия, своей истории, прошлого, и образ желаемого будущего, проекция позиции, которая выбирается для самоопределения в соответствии с целями и средствами социально-экономического и культурного развития.

В процессе своего создания бренд превращается в культурный феномен и становится субъектом культурной жизни, оказывающим активное влияние на онтологическую позицию других субъектов, отношения между ними, деятельностные и коммуникативные связи.

Критичность современной социальной ситуации, ее рискогенность не только в скорости и радикальности трансформационных изменений, но и в их рассогласованности. Поэтому одним из главных условий самосохранения для социальной системы является установление баланса, синхронизация, а для индивидуальной личности – возможность становления, самореализации. Брендинг городов – это комплекс мер, объединяющих разные слои населения, обретающие общие цели и смыслы и создающие оптимизированное пространство, органично включающееся в целостность глобального масштаба.

Бренд - ведущая стратегия социально-экономического и культурного развития города в условиях современной социальной трансформации. Рассмотрев предпосылки возникновения, алгоритм создания бренда, а также

стратегию его продвижения можно сделать вывод о том, что современный бренд – ключевая составляющая современной культуры, ее ответ на цивилизационный вызов. Выполняя функции социализации, идентификации, индивидуализации бренд оказывает существенное влияние на онтологические состояния субъектов культурного творчества, отношения между ними, формирует дискурсивное пространство, в котором осуществляются жизненно важные выборы, принимаются значимые решения. Культуротворческий потенциал территориальных брендов заключается в закодированных в них смыслах, фиксирующих знание об органичной связи человека, природы и общества. Бренд способствует укреплению социокультурной специфики города, поддерживая его культурный статус, раскрывая роль и значение в жизни региона, страны, мира. Его назначение – быть механизмом осознанного конструирования социокультурного пространства через утверждение культурных статусов.

Рассмотрим вариант брендинга города на примере Тобольска.

В начале 2017 года независимый наблюдатель, посетивший Тобольск, сделал следующее заключение: «Пишут о городе хорошо. Кремль, конечно, впечатляет, но город в целом показался мне крайне неудобным. Пытаюсь вспомнить ощущения. Плохо с транспортом. Приходилось добираться на такси. Таких ужасных такси я ни в одном городе не видела. На улицах царит серость. Во всем серость: в одежде людей, в окраске домов. Красивые дома есть, но это либо исторические отреставрированные, либо немного маловысотных новостроек. Центральные улицы более-менее, а остальные узкие, неудобные. Люди в основном бедные. Из-за этого в магазинах скудный выбор продуктов, самих магазинов немного. Мы искали рынок, базар, думали купить местную рыбу - так нет у них рынка. Кафе найти было проблематично, зато есть столовые (в них мы и обедали). Деньги от нефтехимии появились недавно, скорее всего. Может потом жизнь Тобольска изменится в лучшую сторону. Одной нашей дальней знакомой пришлось переехать в Тобольск из-за работы, так она уезжала как в ссылку...»

Обратимся к истории... На протяжении двух столетий Тобольск был административным и духовным центром всей Сибири, простиравшейся от Урала до Тихого океана; его расположение легендарно: здесь состоялась битва Ермака и Кучума. Тобольск имел своего губернатора и валюту, считался третьей столицей России наряду с Москвой и Санкт-Петербургом, был центром посольских миссий в Китай. Именно здесь отпечатана первая сибирская книга, основан первый в Сибири театр, открыты первые за Уралом школы. Решением святейшего Синода Тобольск был провозглашен одним из трех главных духовных центров России. Все это позволило говорить о городе как «Стольном граде Сибири» или «Отце городов сибирских». В историческом прошлом Тобольск занимал лидирующее положение как территория, под руководством которой осуществлялось развитие Сибири.

Проведем анализ пространственно-временных характеристик, которые важны для определения культурного статуса города и могут стать предпосылкой для формирования его бренда. Природными достопримечательностями территории являются Чувашский Мыс, урочище Сузгун, городище Искер. На территории лесного фонда выделены особо охраняемые природные достопримечательности: «Карташовский бор», «Абалакский природно-исторический комплекс», комплексный заказник «Тобольский материк», зоологический заказник «Стершинный», «Киселевская гора с Чувашским мысом», «Окрестности дома отдыха «Тобольский», «Панин бугор», «Медянская роща».

В настоящее время Тобольск – уникальный город-памятник деревянного и каменного зодчества с богатым историческим и культурным наследием, главная достопримечательность которого - Тобольский кремль. В Тобольске сосредоточено более 200 памятников истории и культуры, ценнейшие музейные коллекции и экспозиции.

Культура Тобольска представлена следующими объектами: Тобольский государственный историко-архитектурный музей-заповедник, в составе которого 33 объекта федерального и регионального значения (музеи,

выставочные залы, памятники архитектуры и пр.); музей Фабрики художественных косторезных изделий, Тобольский государственный драматический театр имени П. П. Ершова, молодёжный театр; хор духовной семинарии; Академический муниципальный хор Полемика, концертные залы. Кроме того, в городе имеются туристический комплекс «Абалак», Центр Сибирско-Татарской культуры.

В Тобольске находится один из старейших и значимых по количеству и ценности документов архив в России, сосредоточены ценнейшие музейные коллекции и экспозиции.

Тобольск - православный центр Тюменской области, в городе находится костёл Римско-католической церкви, имеется несколько зарегистрированных протестантских общин, Мусульманская община города владеет двумя крупными мечетями.

Тобольск отражен в художественном творчестве. В городе происходит действие фильмов «Мраморный дом»; «Срочно...секретно...Губчека»; «Золотая баба», «Война», «Наследники», «Я обещала, я уйду...». Городу посвящена песня Олега Митяева «Чужая война». Тобольск, как место ссылки семьи Николая Второго, упоминается в песне Максима Трошина «Всё теперь против нас». Городу посвящена «Тобольская симфония» (1971) новосибирского композитора А. Ф. Мурова. В городе разворачиваются события поэмы «Встреча в Тобольске» С. Д. Давыдова, происходит действие ряда поэм Л. Н. Мартынова — «Тобольский летописец» (1937) и др. Главный герой романа «Дальнейшие приключения Робинзона Крузо» в течение 8 месяцев переживает зиму в Тобольске. Герой романа Брэма Стокера «Дракула» Квинси Моррис, когда речь заходит о плане поимки графа в Варне, вспоминает о том, как его вместе с Артуром Холмвудом (лордом Годалмингом) преследовала стая волков под Тобольском. В Тобольске проходит действие романа "Бубновый валет" русского писателя Владимира Орлова. Романс «Вечерний звон» написан композитором А. А. Алябьевым во

время отбывания ссылки в родном городе, которым для него является Тобольск.

Тобольск стал пространством, в котором формировались личности известных людей. Среди них: Абдулов Александр Гаврилович — актёр театра и кино, народный артист России; Алябьев Александр Александрович — русский композитор, исполнитель и дирижёр; Батеньков Гавриил Степанович — декабрист, философ; Вотинцева Вера Владимировна — бард; Дмитриев Николай Александрович (учёный) — физик-теоретик, один из основных математиков-разработчиков атомного проекта в СССР, лауреат Государственной премии СССР; Зенков Андрей Павлович — архитектор, один из основоположников сейсмостойкого строительства; Кокоринов Александр Филиппович — архитектор, первый директор российской Академии художеств; Карцевский Сергей Иосифович — лингвист, один из основателей женеvской школы языковедения; Корикина Елена Юрьевна — российская актриса и певица, заслуженная артистка России; Мансветов Григорий Иванович — учёный-богослов, духовный писатель, обер-священник русской армии и флота; Менделеев Дмитрий Иванович — выдающийся русский учёный-энциклопедист, химик, метеоролог, экономист, академик Императорской академии наук; Милькеев Евгений Лукич — поэт; Никитин Николай Васильевич — главный архитектор Останкинской телебашни, монумента Родина-Мать и стадиона «Лужники»; Осипов Юрий Сергеевич — математик и механик, президент Российской Академии Наук (РАН); Перов Василий Григорьевич — художник; Попов Александр Владимирович (биатлонист) — олимпийский чемпион по биатлону; Прибыльский Юрий Пантелеймонович — историк, профессор Тобольского педагогического института, почётный гражданин города; Ремезов Семён Ульянович — картограф; Смирнова Лидия Николаевна — советская актриса театра и кино, народная артистка СССР, лауреат Сталинской премии; Яковенко Сергей Степанович — ректор Тобольского государственного педагогического института.

Для определения степени потребности города Тобольска в бренде был проведён социологический опрос. На вопрос «Нужен ли Тобольску свой бренд?» утвердительно «да, конечно» ответили 89,75% жителей города и 100% специалистов сферы туризма¹. Среди ключевых ценностей Тобольска большинство респондентов видят Кремль, знаменитых уроженцев города, для 37% жителей города и 37,25% специалистов сферы туризма важной особенностью Тобольска является косторезный промысел.

Для формирования бренда города должен быть сформирован комплекс мер, укрепляющих и формирующих целостное представление об его имидже. Точкой роста для разработки бренда стало позиционирование Тобольска как многогранного организма, отражающего интересы людей с различными предпочтениями, представляющих разные культурные традиции.

На основании аналитической работы по изучению актуальных и перспективных потребностей города, а также общественного мнения Правительством Тюменской области, Администрацией города Тобольска реализуется комплексная программа развития инфраструктуры «Тобольск-2020». Согласно плану администрации города, основная задача заключается в обеспечении условий для дальнейшего роста благосостояния населения посредством формирования комфортной среды проживания. Благоустройство является одним из основных приоритетов развития Тобольска, поскольку напрямую влияет на степень закрепления квалифицированных кадров в городе, на показатели оттока молодежи, общее ощущение комфортности жизни в городе. Благоустройство дворовых территорий и общественных пространств должно быть сопряжено с созданием уникального выразительного облика города, сочетающего в себе архитектурное наследие и современные многофункциональные общественные зоны. В городе Тобольске необходимо развитие инфраструктуры общественного питания, создание условий для наиболее полного удовлетворения потребностей населения в

¹ Третьякова Е. А. Бренд города Тобольска – фактор развития региона // Реликвариум. 2012. № 2. С. 8–9.

качественных услугах. Отдельной строкой бюджета идет реализация инновационных программ и образовательных проектов, основанных на применении современных телеком-технологий и направленных на сохранение культурного и исторического наследия города, популяризацию литературы, искусства и творчества. Одним из приоритетных направлений является развитие культурно-познавательного и активного туризма, определены приоритетные его виды: историко-познавательный, событийный, паломнический, а также перспективные: экологический, промышленный, этнографический.

Сильные стороны, влияющие на социально-экономического развитие Тобольска:

Выгодное транспортное положение: транспортная инфраструктура города Тобольска является частью регионального меридионального транспортного коридора, соединяющего юг Тюменской области с ХМАО – Югрой и ЯНАО.

Присутствие крупнейшего инновационного предприятия в сфере промышленного производства в городе, обеспечивающего стабильную занятость, высокий уровень оплаты труда и стабильный приток инвестиций – ООО «СИБУР Тобольск», ООО «ЗапСибНефтехим» (предприятия, входящие в структуру ПАО «СИБУР Холдинг», нефтегазохимия).

Наличие на территории города Тобольска выдающихся объектов культурного наследия (памятников истории и культуры), являющихся основой развития потенциала туризма в городе.

Высокая доля населения моложе трудоспособного возраста (21 % в 2022г., оптимальное значение – не менее 20%).

Низкий уровень безработицы.

Организация профессионального образования, профориентация в соответствии с потребностями экономики города.

Высокий уровень охвата населения регулярными занятиями физической культурой и спортом.

Вовлечение дополнительных общественных сил в программу благоустройства города – волонтеры, общественные организации, управляющие компании, жители.

На основе стратегического анализа существующего социально-экономического положения, проведенного сотрудниками городской администрации, Тобольского историко-архитектурного музея-заповедника, выявления сильных и слабых сторон, возможностей и рисков развития сформированы миссия, цели и задачи развития Тобольска.

По мнению жителей города, именно Тобольск исторически стал восточным форпостом в освоении новых территорий, в расширении границ российского государства и началом строительства первых сибирских городов. Проведение мониторинга среди населения Тобольска показало, что направление «Тобольск – отец городов сибирских» соответствует городу, являющемуся столицей Сибири на протяжении трёх столетий.

Богатое историческое прошлое, определившее пути развития всей России, и современные инновационные технологии СИБУРа – предпосылка устойчивого развития в настоящем и будущем. Стратегия Тобольска – стратегия лидерства. В перспективах, выстраиваемых городской администрацией, это комфортный, социально-ориентированный, инновационный город. Его миссия: – хранитель великого духовно-исторического наследия России.

Дальнейшая работа состояла в разъяснении городскому населению важности поддержки бренда города. Одним из первых шагов на этом пути стала разработка туристических маршрутов, связанных с пропагандой историко-культурных особенностей города: была внедрена программа «Первый пешеходный маршрут», на территории которого появились зоны отдыха, рекреации, поддержанные идейно-значимыми объёмно-пластическими формами; в 2011 г. Исторический совет г. Тобольска принимает решение о возврате восьми мостам исторических имён.

Важной предпосылкой поддержки стратегий городской администрации и реализации устойчивого развития городской среды, как уже отмечалось, является обеспечение условий для дальнейшего роста уровня жизни населения. Благоустройство дворовых территорий и общественных пространств должно быть сопряжено с созданием уникального выразительного облика города, сочетающего в себе архитектурное наследие и современные многофункциональные общественные зоны. В Тобольске получили развитие инновационные программы и образовательные проекты, основанные на применении современных телеком-технологий и направленные на сохранение культурного и исторического наследия города, популяризацию литературы, искусства и творчества, а также повышение цифровой грамотности населения.

В качестве одной из главных задач города, раскрывающих его потенциал обозначено развитие единого культурного пространства, способствующего раскрытию творческих и духовных возможностей тоболяков и гостей города. С этой задачей сопряжена идея формирования индивидуального архитектурного облика и стиля города, включающее в себя:

а) разработку дизайн-кода города Тобольска и ее реализацию при благоустройстве (концепции единого архитектурного и стилистического оформления городской среды, в т.ч. с соблюдением требований законодательства об охране объектов культурного наследия в части сохранения исторической среды и соблюдения градостроительных ограничений, установленных утвержденными проектами зон охраны объектов культурного наследия).

б) обеспечение единого архитектурного облика города:

- единые городские цветовые решения;
- применение единых стилистических решений при благоустройстве общественных пространств (МАФы, указатели и др.).

в) звуковое оформление городских пространств (определение тематического музыкального репертуара при оформлении мероприятий городского событийного календаря).

г) сохранение природно-исторического ландшафта культурного наследия в т.ч. при жилищном строительстве.

д) вовлечение в гражданский оборот объектов культурного наследия с целью обеспечения сохранности объектов и формирования новых точек притяжения общественно-делового назначения:

В процессе разработки и реализации проектов по благоустройству и формированию городской среды предусмотрены мероприятия для большего вовлечения жителей в процесс благоустройства: учет мнения населения при формировании программ по благоустройству; принятие механизмов поддержки мероприятий по благоустройству, инициированных гражданами; использование инструментов общественного контроля в вопросах благоустройства.

Филипп Котлер в своей книге, посвященной маркетингу мест, сформулировал 5 критериев эффективности разработки имиджа города. Во-первых, образ должен соответствовать действительности, во-вторых, он должен быть правдоподобным (Котлер предостерегает от формулировок «лучший в...»), в-третьих, простым, в-четвертых, притягательным (из него должно явствовать, почему людям стоит жить, работать, инвестировать, приезжать в качестве туристов в данный город) и, в-пятых, оригинальным.¹ Богатое историческое прошлое, определившее пути развития всей России, и современные инновационные технологии СИБУРа – основа лидерства Тобольска в настоящем и будущем. Благодаря последовательному осуществлению продуманной маркетинговой стратегии Тобольск сегодня становится историко-культурным, инвестиционным центром территории

¹ Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. М. : Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. 376 с.

Сибири. Стратегия развития города разрабатывается в многостороннем и конструктивном диалоге бизнеса, гражданского общества, органов государственной власти и местного самоуправления. Это позволяет снизить неопределенность будущего путем прояснения и согласования действий заинтересованных участников.

На основании вышеизложенного можно сделать выводы. Культурный статус характеризует локализацию города в окружающем социокультурном пространстве и определяет реконфигурацию этого пространства в условиях социальной трансформации. Культурные статусы столицы и провинции амбивалентны: столица и провинция могут противостоять друг другу как центр и периферия, дополнять как ядро и защитный пояс, менять свои позиционные характеристики: провинция может обретать уникальный культурный статус и универсальную символику, признаваемую целостностью большего масштаба. Феномен региональной столицы отражает тенденции развития современной культуры: ее направленность на объединение рационально-прагматичного и духовного-ценностного, технологичного и естественно-спонтанного. Территориальная обусловленность и антропологические истоки в основании региональной культуры делают ее уникальной стратегией, оптимизирующей жизнь человека и общества в условиях современной социальной динамики. Аккумулируя тенденции развития современной культуры (экономическую целесообразность и духовно-творческий потенциал, научно-теоретическую обоснованность и всеобщую вовлеченность в практику, концептуальную оформленность и открытую семантику нарратива) бренд является технологией создания культурного статуса и феноменом современной культуры.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В условиях перехода, трансформации, динамики оказывается перспективной феноменологическая ориентация исследования. Несмотря на свою беспредпосылочность, феноменологическое созерцание становится началом концептуализации, позволяющей осмысливать и решать проблемы, стоящие перед человеком и обществом в «здесь-и-сейчас» совершающемся событийном контексте.

Город – пространство, в котором сконцентрированы достижения наивысшего развития достижения человека и общества. Феноменологический подход позволяет рассматривать город как объект человеческого бытия, предмет мысли, идею и культурный замысел, с одной стороны, формирующий человека как личность, с другой, являющийся следствием преобразований, осуществляемых человеком. Поставив перед собой задачу исследования культурного статуса города, мы стремились изучить тенденции современного социокультурного развития, ключевые аспекты, играющие организующую роль в современной социокультурной реальности, выявить факторы, способствующие раскрытию культурного потенциала современных городов.

Одна из первых задач - прояснение семантики концепта «культурный статус» широко применяемого при изучении отдельных культурных феноменов, но не получивших удовлетворительного научно-философского толкования в современной литературе. Основываясь на идеях П.Бурдьё, описывающих социальную реальность в аспекте динамики, представления о культуре как сфере совершенствования человека и общества, развиваемые представителями деятельностного подхода, мы определили культурный статус как онтологическую позицию, определяющую меру влияния на организацию социокультурного порядка. В процессе исследования были установлены аспекты, определяющие условия, механизмы и причину становления культурного статуса как феномена – пространство-время, ценности, волеизъявление субъекта культурного творчества. В отдельные периоды истории степень влияния субъекта культурного творчества была

разной, в перспективе увеличивалось влияние личностного начала. В настоящее время культурный статус города предстает как пластичный конструкт, формируемый под влиянием многочисленных творцов, участвующих в формировании городской среды.

Город как культурный феномен предстает как пространство развития культурных ценностей, смыслов, символов. В условиях становления информационного общества возрастает роль символического, культурного капитала, происходит его сближение с экономическим, возрастает роль культурного капитала в процессах организации социальных связей, управления, формирования социальной реальности. Одним из проявлений этой тенденции становится воспроизводство и укрепление культурных статусов городов. Традиционная оппозиция «столица-провинция», где столица, аккумулирующая ресурсы и являющаяся центром государственного управления, имеет высокий социальный и культурный статус в сравнении с провинцией, встречается с идеей альтернативной столичности: провинция может обрести культурный статус, позволяющий ей играть значимую роль в социокультурном пространстве разного масштаба, влиять на реконфигурацию этого пространства в условиях социальной трансформации.

Особую роль в организации современной социальной реальности играют региональные столицы, культурная стратегия которых направлена на интеграцию локальных ценностей и глобальных смыслов, взаимопроникновение уникального и универсального. Территориальная обусловленность определяет антропологические истоки региональной культуры, характеризует специфику культурного статуса региональной столицы и ее роль в составе государственной целостности.

Современная инновационная культура вырабатывает уникальную технологию создания культурного статуса городов – брендинг, совмещающее рациональное и эмоционально-чувственное, концептуально обоснованное и открытое для развития, предполагающее единение материальных и духовных аспектов жизнедеятельности человека и общества.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Аванесов, С. С. Сакральная топоика русского города / С. С. Аванесов. – Текст : электронный // ПРАΞΗΜΑ: проблемы визуальной семиотики. – 2016. – № 1 (7). – С. 71–114. – URL: https://praxema.tspu.ru/archive.html?year=2016&issue=1&article_id=5889 (дата обращения: 15.03.2025).
2. Амин, Э. Внятность повседневного города / Эш Амин, Найгель Трифт // Логос. – 2002. – № 3 (34). – С. 1–25.
3. Андреева, О. В. Симулятивная идентичность медиасубъекта / О. В. Андреева // Грамота. – 2020. – Т. 13, вып. 6. – С. 133–137.
4. Аникин, Д. А. Социальная память как символический капитал / Д. А. Аникин // Научные ведомости. Сер. Философия. Социология. Право. – 2013. – № 9 (152), вып. 24. – С. 282–287.
5. Антропологическое понимание города и методология урбанистического изучения / Шабаев Ю. П., Садохин А. П., Лабунова О. В., Сазонова Н. Н. // Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. – 2018. – № 3. – С. 248–267.
6. Анциферов, Н. П. «Непостижимый город...». Душа Петербурга. Петербург Достоевского. Петербург Пушкина / Н. П. Анциферов. – Санкт-Петербург: Лениздат, 1991. – 335 с.
7. Анциферов, Н. П. Пути изучения города как социального организма. Опыт комплексного подхода / Н. П. Анциферов. – 2-е изд., испр. и доп. – Ленинград : Сеятель, 1926. – 150 с.
8. Аскин, Я. Ф. Проблема времени: ее философское истолкование / Я. Ф. Аскин. – Москва: Мысль, 1966. – 200 с.
9. Ассман, Я. Культурная память: письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / Я. Ассман. – Москва: Языки славянской культуры, 2004. – 368 с.

10. Астафьева, О. Н. Межкультурный диалог в контексте традиций и новаций: согласование индивидуальных и коллективных дискурсов / О. Н. Астафьева // Россия: государство и общество в новой реальности. – Москва, 2016. – С. 133–138.
11. Ахиезер, А. С. Философские основания социокультурной теории и методологии / А. С. Ахиезер // Вопросы философии. – 2000. – № 9. – С. 29–45.
12. Бакулина, С. Д. Культурных брендинг как стратегия трансляции культурной памяти и механизм формирования региональной идентичности / С. Д. Бакулина // Вестник Сургутского государственного педагогического университета. – 2013. – № 6 (27). – С. 89–94.
13. Барабанова, Л. Этюды о заповедном городе / Л. Барабанова. – Свердловск : Средне-Уральское книжное издательство. – 1986. – 192 с.
14. Бауман, З. Индивидуализированное общество / З. Бауман. – Москва: Логос, 2005. – 390 с.
15. Бауман, З. Текучая современность / З. Бауман. – Санкт-Петербург: Питер, 2008. – 240 с.
16. Бахтин, М. М. Вопросы литературы и эстетики : исследования разных лет / М. М. Бахтин. – Москва : Худ. лит., 1975. – 502 с.
17. Бахтин, М. М. Эстетика словесного творчества / М. М. Бахтин. – Москва : Искусство, 1979. – 424 с., [1] л. портр. – (Из истории советской эстетики и теории искусства).
18. Бахтин, М. М. Автор и герой: к философским основам гуманитарных наук / М. М. Бахтин. – Санкт-Петербург : Азбука, 2000. – 336 с.
19. Бахтин, М. М. Собрание сочинений : в 7 т. Т. 1. Философская эстетика 1920-х годов / М. М. Бахтин. – Москва : Рус. словари, языки слав. культуры, 2003. – 958 с.
20. Башляр, Г. Дом от погреба до чердака. Смысл жилища / Г. Башляр // Логос. – 2002. – № 3 (34). – С. 109–134.
21. Башляр, Г. Поэтика пространства // Избранное. Поэтика пространства / Г. Башляр. – Москва, 2004. – С. 7–212.

22. Беньямин, В. Производство искусства в эпоху его технической воспроизводимости: избранные эссе / В. Беньямин ; под. ред. Ю. А. Здороваго. – Москва: Медиум, 1996. – 240 с.
23. Богомяков, В. Мифы столицы и мифы провинции / Владимир Богомяков. – Текст: электронный // Топос : литературно-философский журнал. – 2004. – 17 мая. – URL: <http://www.topos.ru/article/2339> (дата обращения: 23.03.2015).
24. Браерская, А. Ю. Нео-кочевничество: маргинальный феномен современности или новая культурная парадигма обретения идентичности? / А. Ю. Браерская // Международный журнал исследований культуры. – 2020. – № 1 (38). – С. 22–30.
25. Бредникова, О. Микроурбанизм: город в деталях / О. Бредникова, О. Запорожец. – Москва: Новое литературное обозрение, 2014. – 352 с.
26. Бродель, Ф. Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. Т. 1. Структуры повседневности: возможное и невозможное / Ф. Бродель. – Москва: Весь мир, 2007. – 592 с.
27. Бубер, М. Проблема человека / Мартин Бубер ; пер. Ю. С. Терентьева // Два образа веры. – Москва, 1995. – С. 157–232.
28. Бурдьё, П. Формы капитала / П. Бурдьё ; пер. М. С. Добряковой ; науч. ред. В. В. Радаев. – Текст : электронный // Экономическая социология : электронный журнал. – 2002. – Т. 3, № 5. – С. 60–74. – URL: https://ecsoc.hse.ru/data/2011/12/08/1208205039/ecsoc_t3_n5.pdf#page=60 (дата обращения: 19.11.2024).
29. Бурдьё, П. Различение: социальная критика суждения / П. Бурдьё // Западная экономическая социология: хрестоматия современной классики. – Москва, 2004. – С. 25–48.
30. Бурдьё, П. Социология социального пространства: пер. с фр. / Пьер Бурдьё ; общ. ред. пер. Н. А. Шматко. – Москва; Ин-т эксперим. Социологии; Санкт-Петербург: Алетейя, 2005. – 288 с.

31. Бурдьё, П. Социология социального пространства / Пьер Бурдьё ; общ. ред. пер. Н. А. Шматко. – Москва: Ин-т эксперим. социологии; Санкт-петербург: Алетейя, 2007. – 288 с.
32. Бурдьё, П. Социальное пространство: поля и практики / П. Бурдьё ; пер. с франц. ; отв. ред. перевода, сост. и послесл. Н. А. Шматко. – Москва: Институт экспериментальной социологии; Санкт-Петербург : Алетейя, 2005. – 576 с.
33. Бутин, М. Центр и периферия. Столица и провинция... / Максим Бутин. – Текст : электронный // Дзен : блог-платформа. – 2021. – 15 июня. – URL: <https://dzen.ru/a/YMg8lXIRlXS3UpWa> (дата обращения: 15.10.2024).
34. Бьюженталь, Дж. Наука быть живым / Дж. Бьюженталь. – Москва : Класс, 1998. – 323 с.
35. Вайль, П. Гений места / П. Вайль. – Москва : АСТ : CORPUS, 2015. – 443, [2] с.
36. Вандышев, М. Н. Места памяти и символический капитал территорий в ментальных картах горожан / Вандышев М. Н, Веселкова Н. В, Прямикова Е. В. // Журнал социологии и социальной антропологии. – 2013. – Т. 26, № 3 (68). – С. 101–110.
37. Вахштайн, В. С. Пересборка города: между языком и пространством / В. С. Вахштайн // Социология власти. – 2014. – № 2. – С. 9–38. – (Признан в России иностранным агентом).
38. Вилков, О. Н. Роль Тобольска на начальной стадии формирования всероссийского рынка (XVII–XVIII вв.) / О. Н. Вилков // Роль Тобольска в освоении Сибири : тезисы областной научной конференции, посвященной 400-летию Тобольска, 3–5 июня 1987 года. – Тобольск, 1987.
39. Власова, Н. Ю. Крупнейшие города-ядра экономической и политической структуры России / Н. Ю. Власова // Регион в составе федерации: политика, экономика, право. – Нижний Новгород, 1998. – С. 21–43.

40. Габриелян, В. С. Туристские бренды стран мира / В. С. Габриелян // Туризм: технологии и тренды : материалы II студенческой научно-практической конференции, Екатеринбург, 20 февраля 2016 г. – Екатеринбург, 2016. – С. 15–24.
41. Галактионова, Н. А. Соотношение центра и периферии в провинциальной идентичности / Н. А. Галактионова // Вестник Омского университета. Сер. «Экономика». – 2015. – № 3. – С. 94–98.
42. Гачев, Г. Д. Космо–Психо–Логос. Национальные образы мира / Г. Д. Гачев. – Москва: Академический проект, 2007. – 510, [1] с.
43. Генисаретский, О. И. Образ жизни и личностный рост: опыт экспозиции гуманитарно-экологической перспективы развития / О. И. Генисаретский. – URL: <https://nsuem.ru/scientific-activities/publishing-nsuem/chelovek-ru/О.И.%20Генисаретский.pdf> (дата обращения: 15.02.2022). – Текст: электронный.
44. Голодников, К. Тобольская губерния накануне 300-летней годовщины завоевания Сибири / К. Голодников. – Тобольск: типография Тобольского губернского правления, 1881. – [2], 192 с., [3] л. табл.
45. Горелова, Ю. Р. Образ города в восприятии горожан / Ю. Р. Горелова. – Москва: Российский научно-исследовательский институт культурного и природного наследия имени Д. С. Лихачёва, 2019. – 154 с.
46. Горелова, Ю. Р. Образные характеристики городской среды: сущность, механизмы формирования, классификация / Ю. Р. Горелова // Омский научный вестник. – 2012. – № 3. – С. 234–237.
47. Горнова, Г. В. Понятие «Город» в аспекте философии культуры / Г. В. Горнова // Гуманитарные исследования. – 2013. – № 1. – С. 21–24.
48. Горнова, Г. В. Философия города / Г. В. Горнова. – Москва : ФОРУМ ; ИНФРА-М, 2014. – 341с.
49. Гудков, Л. Амбиции и ресентимент идеологического провинциализма / Л. Гудков // Новое литературное обозрение. – 1998. – № 3. – С. 353–371.

50. Гузенина, С. В. Образ родины как духовная основа социального поведения: автореферат дис. ... доктора социологических наук / Гузенина Светлана Валерьевна. – Тамбов, 2016. – 49 с.
51. Гуреев, М. В. Моральная кодификация столицы и провинции: общее и особенное / М. В. Гуреев. – Текст: электронный // Портал научно-практических публикаций. – 2018. – 23 апреля. – URL: <https://portalnp.snauka.ru/2018/04/10019> (дата обращения: 21.11.2023).
52. Гуссерль, Э. Картезианские размышления / Эдмунд Гуссерль; пер. с нем. Д. В. Складнева. — Изд. 2-е, стер. — Санкт-Петербург: Наука, 2006. — 315 с.
53. Гуцалов, А. А. Культурный бренд и брендинг территории / А. А. Гуцалов // Культурное наследие России. – 2018. – № 3. – С. 86–92.
54. Геллнер, Э. Нации и национализм / Э. Геллнер. – Текст: электронный // Academia.edu. – URL: https://www.academia.edu/9195285/Эрнест_Геллнер_Нации_и_на (дата обращения: 21.01.2021).
55. Делез, Ж. Различие и повторение / Жиль Делез. – Санкт-Петербург: Петрополис, 1998. – 384 с.
56. Демидова, М. В. «Символический капитал» Бурдьё и «Капитал» Маркса / М. В. Демидова // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. – 2014. – № 11. – С. 27–32.
57. Денисов, С. Ф. Библейские и философские стратегемы спасения: антропологические этюды / С. Ф. Денисов. – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2004. – 215 с.
58. Дмитриев-Мамонов, А. И. Начало печати в Сибири. 500 лет / А. И. Дмитриев-Мамонов. – 3-е изд. худож. ил. – Санкт-Петербург: т-во «Худож. Печати», ценз., 1900. – [4], 72 с., 3 л.
59. Дроздова, А. Л. Трансформация повседневных практик человека: от текста к визуальному образу / А. Л. Дроздова. – Текст: электронный // Теория и практика общественного развития. – 2012. – №

10. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/transformatsiya-povsednevnyh-praktik-cheloveka-ot-teksta-k-vizualnomu-obrazu> (дата обращения: 15.02.2022).
60. Елфимов, А. «Столица, глядящая на восход» / А. Елфимов // Тобольск и вся Сибирь: альманах. – Тобольск, 2008. – Кн. 10. Триста лет учреждения Сибирской губернии. – С. 27–34.
61. Ершов, М. Ф. Социокультурная эволюция образов очеловеченного пространства: общетеоретические и конкретно-исторические аспекты / М. Ф. Ершов. – Ханты-Мансийск: Печатный мир г. Ханты-Мансийск, 2013. – 276 с.
62. Замятин, Д. Н. Гений места и город: варианты взаимодействия / Замятин Д. Н., Замятина Н. Ю. // Вестник Евразии. – 2007. – № 1 (35). – С. 62–87.
63. Замятин, Д. Н. Культура и пространство: моделирование географических образов / Д. Н. Замятин. – Москва: Знак, 2006. – 485 с.
64. Запесоцкий, Ю. А. Бренд как фактор межкультурной коммуникации» / Ю. А. Запесоцкий // Диалог культур и партнерство цивилизаций: XIV Международные Лихачевские науч. чтения. – Санкт-Петербург, 2014. – С. 295–297.
65. Звоновский, В. Б. Российская провинция: массовое сознание и социальные институты / В. Б. Звоновский // Общественные науки и современность. – 2003. – № 3. – С. 78–89.
66. Зиммель, Г. Большие города и духовная жизнь / Г. Зиммель // Логос. – 2002. – № 3 (34). – С. 23–34.
67. Зиннкер, Дж. В поисках хорошей формы / Дж. Зиннкер. – Москва: Класс, 2000. – 311 с.
68. Зинченко, В. П. Человек в пространстве времён / В. П. Зинченко // Развитие личности. – 2002. – № 3. – С. 23–50.
69. Заборова, Е. Н. Городская среда как фактор развития человеческого капитала / Е. Н. Заборова // Управление и менеджмент. – 2017. – № 6. – С. 65–71.

70. Иванова, Т. В. Социально-психологические проблемы городской ментальности: дис. ... доктора психологических наук / Иванова Татьяна Вениаминовна. – Ярославль, 2004. – 362 с.
71. Иливицкая, Л. Г. Город и его со-бытийный хронотоп: диагностический аспект / Л. Г. Иливицкая // Верхневолжский филологический вестник. – 2021. – № 1 (24). – С. 178–184.
72. Иливицкая, Л. Г. Город и человек: исследовательские стратегии в культурологическом дискурсе / Л. Г. Иливицкая // Общество: философия, история, культура. – 2023. – № 11. – С. 255–260.
73. Именной Указ императрицы Екатерины II 11983 от 5 декабря 1763 г. «О хождении новой медной монеты, сделанной в Сибири на Колывано-Воскресенских заводах, во всяких казенных и партциркуляных сборах и платежах в одной только Сибирской губернии» // Полное собрание законов Российской империи. Т. 16. URL: https://nlr.ru/e-res/law_r/search.php?part=71®im=3 (дата обращения: 20.11.2024).
74. Исторический город русской провинции как культурный универсум / науч. ред. Т. С. Злотникова, М. В. Новиков, Н. А. Дидковская, Т. И. Ерохина. – Ярославль: Изд-во ЯГПУ, 2010. – 536 с.
75. Каган, М. С. Культура города и пути ее изучения / М. С. Каган // Город и культура: сб. науч. тр. – Санкт-Петербург, 1992. – С. 15–34.
76. Каган, М. С. Москва – Петербург – провинция: «Двуличность» России – ее историческая судьба и уникальный шанс / М. С. Каган // Российская провинция. – 1993. – № 1. – С. 16–27.
77. Каганский, В. Внутренний Урал / В. Каганский. – Текст: электронный // Журнальный зал: Отечественные записки. – 2003. – № 3. – URL: <https://magazines.gorky.media/oz/2003/3/vnutrennij-ural.html> (дата обращения 23.03.2015).
78. Кант, И. Антропология с прагматической точки зрения / И. Кант. – Санкт-Петербург: Наука, 1999. – 471 с. – (Слово о сущем).

79. Капферер, Ж.-Н. Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка ценности бренда / Жан-Ноэль Капферер; пер. с англ. Е. В. Виноградовой ; под. общ. ред. В. Н. Домнина. – Москва : Вершина, 2007. – 448 с.
80. Карпеев, А. М. Провинциальный образ столицы / А. М. Карпеев. – Текст : электронный // Век XX и мир. – 1999. – № 3. – URL: <http://old.russ.ru/antolog/vek/1994/3-4/provin.htm> (дата обращения 23.03.2015).
81. Карсавин, Л. П. Философия истории / Л. П. Карсавин. – Санкт-Петербург: Комплект, 1993. – 352 с.
82. Кириллов, В. В. Тобольск / В. В. Кириллов. – Москва: Искусство, 1984. – 240 с.
83. Киселев, А. Л. Непрямая коммуникация в передаче духовной традиции / Киселев А. Л., Мухелишвили Н. Л. // Системные исследования. Методологические проблемы: ежегодник. – Москва, 2001. – С. 29–45.
84. Кислов, А. Г. Социально-топологическое оправдание провинции / Кислов А. Г., Шапко И. В. – Текст: электронный // Эксперт. – 2001. – № 44. – URL: <http://ecsosman.edu.ru/images/pubs> (дата обращения 23.03.2015).
85. Ковалев, В. Демократизация и неравенство: судьба российских регионов в процессе глобализации / В. Ковалев // Политическая наука. – 2004. – № 1. – С. 33–45.
86. Колмогорова, А. В. Легитимация как социополитический феномен и объект дискурс-анализа / А. В. Колмогорова // Политическая лингвистика. – 2018. – № 1. – С. 33–40.
87. Кондаков, И. В. Город как текст: структура, культурная семантика, смысловая динамика / И. В. Кондаков // Образы города в горизонте российской динамики: научный сборник / отв. ред. М. В. Новиков, Т. С. Злотникова, Т. И. Ерохина. – Ярославль, 2010. – С. 46–67.
88. Конев, В. А. Онтология культуры: (избранные работы) / В. А. Конев. – Самара: Изд-во Самар. ун-та, 1998. – 195 с.

89. Костина, А. В. Три типа культуры – три функциональные стратегии жизнедеятельности / Костина А. В., Флиер А. Я. // Вестник Челябинской академии культуры и искусства. – 2009. – № 2 (18). – С. 23–36.
90. Котлер, С. Похищая огонь / С. Котлер, Д. Уил. – Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2019. – 256 с.
91. Кочедамов, В. И. Тобольск: (как рос и строился город) / В. И. Кочедамов. – Тюмень : Кн. изд-во, 1963. – 156 с.
92. Кузьмина, Н. В. Культурные ландшафты российских мегаполисов: символично-семиопатический аспект / Н. В. Кузьмина // Урбанистика. – 2018. – № 1. – С. 51–58.
93. Кук, Ф. Модерн, постмодерн и город / Ф. Кук // Логос. – 2002. – № 3 (34). – С. 234–251.
94. Кукина, Е. Н. Брендинг территорий: сущность и принципы разработки / Е. Н. Кукина // Известия Волгоградского технического университета. – 2011. – № 4 (77). – С. 204–209.
95. Лавренова, О. А. Культурный ландшафт как метафора / О. А. Лавренова // Философские науки. – 2010. – № 6. – С. 92–101.
96. Лавренова, О. А. Образ места и его значение в культуре провинции. Геопанорама русской культуры: провинция и ее локальные тексты / О. А. Лавренова. – Москва: Языки славянской культуры, 2004. – 672 с.
97. Лазарева, И. В. Феномен столиц / Лазарева И. В., Лазарев В. В., Ульмасвай Ф. С. // Общественные науки и современность. – 1999. – № 2. – С. 152–163.
98. Левинсон, А. Опыт социографии : статьи / А. Левинсон. – Москва: Новое литературное обозрение, 1999. – 663 с.
99. Леонтьев, Д. А. Духовность / Леонтьев Д. А., Петровский А. В. // Психологический лексикон: энциклопедический словарь в шести томах. Т. 1 / ред.-сост. Л. А. Карпенко; под общ. ред. А. В. Петровского. – Москва, 2005. – С. 37–38.

100. Лефевр, А. Производство пространства / А. Лефевр. – Москва : Streike Press, 2015. – 432 с.
101. Линч, К. Образ города / К. Линч. – Москва: Стройиздат, 1982. – 328 с.
102. Листвина, Е. В. Социокультурная ситуация: проблемы восприятия / Е. В. Листвина // Ситуационные исследования. Вып. 2. Типология ситуаций. – Казань, 2006. – С. 35–40.
103. Лихачев, Д. С. Заметки к интеллектуальной топографии Петербурга в первой четверти двадцатого века // Избранные труды по русской и мировой культуре / Д. С. Лихачев; [сост. и науч. ред. А. С. Запесоцкий]. – 2-е изд., перераб. и доп. – Санкт-Петербург, 2015. – С. 208–215.
104. Лихачев, Д. С. Петербург в истории русской культуры // Избранные труды по русской и мировой культуре / Д. С. Лихачев; [сост. и науч. ред. А. С. Запесоцкий]. – 2-е изд., перераб. и доп. – Санкт-Петербург, 2015. – С. 196–208.
105. Личность в современной русской культуре: стратегии социокультурного изучения : учебное пособие / под науч. ред. Т. С. Злотниковой, М. В. Новикова. – Ярославль : Изд-во ЯГПУ, 2009. – 144 с.
106. Лотман, Ю. М. Внутри мыслящих миров / Ю. М. Лотман. – Санкт-Петербург : Азбука, 2016. – 416 с.
107. Лоу, С. М. Пласа: политика общественного пространства и культуры / С. М. Лоу. – Москва : Strelka Hress, 2016. – 352 с.
108. Луман, Н. Реальность масс-медиа / Н. Луман. – Москва: Праксис, 2005. – 256 с.
109. Лысова, Н. Ю. Город как пространство культурно-исторической памяти / Н. Ю. Лысова // Регионология. – 2011. – № 2. – С. 284–285.
110. Лэндри, Ч. Креативный город: пер. с англ. / Ч. Лэндри. – Москва: Классика-XXI, 2006. – 399 с.
111. Магидович, И. П. Очерки по истории географических открытий / И. П. Магидович. – Москва: Учпедгиз, 1957. – 752 с.

112. Макарычев, А. С. Концепты центра и периферии в политической регионалистике: возможности постструктуралистской деконструкции / А. С. Макарычев // Псковский регионологический журнал. – 2006. – № 2. – С. 22–27.
127. Маклюэн, М. Галактика Гутенберга: становление человека печатающего / Маршалл, Маклюэн; пер. И. О. Тюриной. - Москва: Акад. Проект; Фонд "Мир", 2005. - 495 с.
113. Маркарян, Э. С. Проблемы целостной характеристики предмета истории культуры / Э. С. Маркарян // История СССР. – 1979. – № 6. – С. 105–113.
114. Маркетинг мест. Привлечение инвестиций, предприятий, жителей и туристов в города, коммуны, регионы и страны Европы / Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. – Москва: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005. – 376 с.
115. Масалова, С.И. Философские концепты как регулятивы гибкой рациональности: трансформация от античности до Нового времени / С. И. Масалова; отв. ред. Е. Е. Несмеянов. – Ростов-на-Дону : ИПО РГПУ, 2006. – 263 с.;
116. Мельников, Д. Н. Ситуация в структуре многомерного времени: новые концепты онтологии темпоральности / Д. Н. Мельников // Ситуационные исследования. Вып. 3. Ситуационность бытия: по материалам Международной (СНГ) научно-философской конференции. – Казань, 2011. – С. 23–35.
117. Милюгина, Е. Г. Текст пространства: фрагменты словаря «Русская провинция» / Милюгина Е. Г., Строганов М. В. // Лабиринт: журнал социально-гуманитарных исследований. – 2012. – № 3. – С. 33–74.
118. Моисеев, Н. Н. Человек во Вселенной и на Земле / Н. Н. Моисеев // Вопросы философии. –1990. – № 6. – С. 32–45.
119. Моисеева, А. П. Виртуализация как социальная трансформация и коммуникация / Моисеева А. П., Мазурина О. А., Перепелкин О. А. // Известия Томского политехнического университета. – 2010. – Т. 316, № 6. – С. 141–146.
120. Московский столичный регион: территориальная структура и природная среда: Опыт географического исследования / [Г. А. Гольц, Г. М. Лаппо, А. И.

Трейвиш и др.] ; под ред. Г. М. Лаппо и др. – Москва : [Б. и.], 1988. – 320, [1] с., [1] л. ил.

121. Мурзина, И. Я. Региональная культура как предмет философско-культурологического исследования / И. Я. Мурзина // Известия Уральского государственного университета. Проблемы образования, науки и культуры. – 2003. – Вып. 15, № 29. – С. 60–78.

122. Мусиездов, А. Город как культурная форма / А. Мусиездов // Социологическое обозрение. – 2013. – Т. 12, № 3. – С. 121–136.

123. Невелева, В. С. Антропологический принцип в философии истории (от современности к истокам) / В. С. Невелева. – Челябинск : ЧГАКИ, 2001. – 165 с.

124. Невоструева, К. Н. Городское культурное пространство как предмет исследования (на примере Перми): к постановке проблемы / К. Н. Невоструева // Вестник Пермского государственного технического университета. – 2010. – № 3. – С. 29–37.

125. Неретина, С. С. Статус / С. С. Неретина // Новая философская энциклопедия : в 4 т. Т. 3 : Н-С / Российская Академия наук. Институт философии ; рук. проекта В. С. Степин, Г. Ю. Семигин. – Москва, 2001. – С. 637.

126. Никитина, А. В. Специфика философско-культурологической репрезентации культурного ландшафта : дис. ... кандидата философских наук / Никитина Александра Валерьевна. – Казань, 2013. – 196 с.

127. Новикова, О. В. Философия города: к проблеме человекомерности городского пространства / О. В. Новикова // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. – 2021. – № 2. – С. 12–20.

128. Овсянников, А. А. Социология столичности: смыслы и стратегии / А. А. Овсянников // Вестник МГИМО-Университета. – 2009. – № 5. – С. 110–115.

129. Окунев, И. Ю. Столица и столичность: институт и символический капитал / И. Ю. Окунев // Консолидация регионального социума. – 2016. – № 1. – С. 80–87.
130. Орлов, Г. А. Древо музыки / Генрих Орлов; [предисл. М. Друскина]. – Санкт-Петербург: Сов. композитор; Вашингтон: Санкт-Петербург. отд-ние, 1992. – 408 с.: ил., нот. ил.
131. Основы маркетинга / Филип Котлер, Гари Армстронг, Вероника Вонг, Джон Сондерс; [перевод с английского А. В. Назаренко, А. Н. Свирид]. – 5-е европейское изд. – Москва [и др.]: Вильямс, 2017. – 751 с.
132. Памятная книжка Тобольской губернии на 1884 год / сост. А. И. Дмитриевым-Мамоновым и К. М. Голодниковым. – Тобольск: Тобольский губернский статистический комитет, 1884. – VI, 408, 26, 61 с., [10] л. табл.
133. Пелипенко, А. А. Постигание культуры. Ч. 1. Культура и смысл / А. А. Пелипенко. – Москва: РОССПЭН, 2012. – 607 с.
134. Петров, Ю. П. Социокультурный статус работников торговли: автореферат дис. ... кандидата социологических наук / Петров Юрий Петрович. – Белгород, 1995. – 25 с.
135. Петрова, Е. А. Имидж Москвы – имидж столицы России / Е. А. Петрова // Имиджелогия–2004: состояние, направления, проблемы: материалы Второго Международного симпозиума по имиджелогии «Имиджелогия–2004», Москва, 15–16 мая 2004 года. – Москва, 2004. – С. 106–108.
136. Пивоварова, Ю. И. Культурная среда русской провинции 1800–1860-х гг.: на материале Воронежской губернии : дис. ... кандидата культурологии / Пивоварова Юлия Игоревна. – Ярославль, 2017. – 180 с.
137. Пирогов, С. В. Город как феномен культуры: когнитивный подход / С. В. Пирогов // Вестник Томского государственного университета. – 2011. – № 2. – С. 31–36.
138. Пирогов, С. В. Конспект лекций по курсу «Социология города» / С. В. Пирогов. – Томск, 2003. – Текст: электронный // StudFiles. – URL: <https://studfile.net/preview/7078636/> (дата обращения: 20.10.2024).

139. Пирогов, С. В. Контуры визуальных исследований города / С. В. Пирогов // Вестник Томского государственного университета. – 2013. – № 376. – С. 59–63.
140. Покровский, Н. Е. Социология как многообразие жизненного опыта: (интервью с Н. Е. Покровским) / Н. Е. Покровский ; интервьюер С. Ю. Демиденко // Социологические исследования. – 2021. – № 3. – С. 78–91.
141. Покровский, Н. Е. Феноменология «жизненного мира» горожанина во внегородском пространстве ближнего Севера: дом и домостификация / Покровский Н. Е., Николаева У. Г. Демидова Ю. А. // Социологические исследования. – 2019. – № 12. – С. 71–80.
142. Практика глобализации: игры и правила новой эпохи / Братимов О. В., Горский Ю. М., Делягин М. Г., Коваленко А. А. ; Ин-т проблем глобализации. – Москва : Инфра-М. – 2000. – 341 с.
143. Прибыльский, Ю. П. Колыбель просвещения / Ю. П. Прибыльский. – Тобольск : Возрождение Тобольска, 1999. – 144 с.
144. Промоторова, Н. В. Тобольск XVII–XIX веков – центр просвещения Сибири / Промоторова Н. В., Конев Ю. М. // Роль Тобольска в освоении Сибири : тезисы областной научной конференции, посвященной 400-летию Тобольска, 3–5 июня 1987 г. – Тобольск, 1987.
145. Родоман, Б. Б. Пейзаж России // Поляризованная биосфера : сборник статей / Б. Б. Родоман. – Смоленск, 2002. – С. 240–274.
146. Ромах, О. В. Провинциальная культурная среда / О. В. Ромах // Общественно-политическая жизнь российской провинции. XX век : краткие тезисы докладов и сообщений к предстоящей межвузовской науч. конф., июнь 1993 г. – Тамбов, 1993.
147. Ромашко, С. Монумент – сувенир – улика: временная ось мегаполиса / С. Ромашко // Логос. – 2002. – № 3 (34). – С. 1–12.
148. Россман, В. И. Столицы. Их многообразие, закономерности развития и перемещения / В. И. Россман. – Москва : Изд-во Ин-та Гайдара, 2013. – 333 с.

149. Санникова, Т. О. Традиции и новации в процессах взаимодействия столицы и провинции / Т. О. Санникова // Лабиринт : журнал социально-гуманитарных исследований. – 2012. – № 3. – С. 74–81.
150. Сартр, Ж.-П. Проблемы метода / Ж.-П. Сартр. – Москва : Прогресс, 1994. – 234, [2] с.
151. Сергодеев, В. А. Коммуникативные практики в сетевых интернет-сообществах / В. А. Сергодеев // Вестник Адыгейского государственного университета. – 2014. – Вып. 1 (135). – С. 133–138.
152. Серто, де М. По городу пешком / М. де Серто // Социологическое обозрение. – 2008. – Т. 7, № 2. – С. 25–36.
153. Ситуационные исследования : по материалам Всероссийского семинара. Вып. 3: Ситуационность бытия : по материалам Международной (СНГ) научно-философской конференции. – Казань : Изд-во Казанского гос. техн. ун-та, 2011. – 164, [1] с.
154. Скоробогачкий, В. В. Провинция как проблема: исходные определения и модель исследования / В. В. Скоробогачкий. – Текст : электронный // Чиновник. – 1999. – Вып. № 3 (6). – URL: <https://www.hse.ru/data/2009/12/10/1230280775/V.V.%20Скоробогачкий.%20Провинция%20как%20пробле..ределения%20и%20модель%20исследования.pdf> (дата обращения 23.03.2015).
155. Смирнов, Н. А. Искусство действия в городской среде / Н. А. Смирнов // Городские исследования и практики. – 2016. – № 1. – С. 39–54.
156. Соловьева, С. В. Прогулка как феномен легкости бытия / С. В. Соловьева // Вестник самарской гуманитарной академии. Серия: «Философия. Филология». – 2012. – № 9 (12). – С. 85–93.
157. Солодухо, Н. М. Экологический архетип: содержание, истоки, проявление / Н. М. Солодухо // Охрана природы – смысл жизни человека. – Казань, 2002.

158. Социальное пространство современного города / под ред. Г. Б. Кораблёвой, А. В. Меренковой. – Екатеринбург: Изд-во Уральского ун-та, 2025. – 252 с.
159. Стародубцева, Л. В. Медиум и дистанция / Л. В. Стародубцева. – Текст : электронный // Международный журнал исследований культуры. – 2011. – № 3 (4). – С. 11–15. – URL: https://www.elibrary.ru/download/elibrary_16899405_41599099.pdf (дата обращения: 19.10.2024).
160. Стенограмма круглого стола по теме «Городское пространство Европы и Белоруссии». [Электронный ресурс]. URL: <http://nmnby.eu/pub/0809/09d.html>.
161. Степанов, В. Н. Персональный брендинг как актуализация личностного начала силы / В. Н. Степанов // Брендинг как коммуникативная технология XXI века : материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием 25–26 февраля 2016 года / под ред. проф. А. Д. Кривоносова. – Санкт-Петербург, 2016. – С. 154–157.
162. Стерледева, Т. Д. Осевое время–2 в аспекте электронной виртуальной реальности / Стерледева Т. Д., Стерледев Р. К. // Манускрипт. – 2020. – Т. 13, вып. 1. – С. 99–103.
163. Столяров, В. С. История и философия науки / Столяров В. С., Мельникова Н. Ю. – Москва : Спорт, 2021. – 703 с.
164. Стризое, А. Л. Текст региональной культуры: инвариантные черты и конкретные особенности / Стризое А. Л., Храпова В. А. // Logos et Praxis. – 2022. – Т. 21, № 2. – С. 60–72.
165. Стризое, А. Л. Культурный статус: диалектика объективного и субъективного / Стризое А. Л., Храпова В. А. // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия. Психология. Педагогика. – 2021. – Т. 21, вып. 1. – С. 52–56.

166. Сургутгазпром, «Возрождение Тобольска» и история Азиатской России: [сопроводительный проспект к серии «История Азиатской России»] / ред.-сост. В. Ботов. – Тобольск : Возрождение Тобольска. – 2001. – 144 с.
167. Сухорукова, Н. Кремль в веках // Тобольск и вся Сибирь: альманах. Кн. 10. – Тобольск, 2008. – С. 52–54
168. Тобольск – город-памятник Западной Сибири // Тобольская правда. – 2009. – 17 апреля. – С. 43.
169. Тойнби, А. Постигание истории: сборник : пер. с англ. / А. Тойнби ; сост. Огурцов А. ; вступ. ст. Уколовой В. ; закл. ст. Рашковского Е. – Москва : Прогресс, 1991. – 736 с.
170. Третьякова, Е. А. Бренд города Тобольска – фактор развития региона / Е. А. Третьякова // Реликвариум. – 2012. – № 2.
171. Трофимова, О. Форпост России за Уралом / О. Трофимова // Тюменские известия. – 2008. – 20 сентября.
172. Ульяновский, А. В. Мифодизайн: коммерческие и социальные мифы / А. В. Ульяновский. – Санкт-Петербург : Питер, 2005. – 539 с.
173. Ухтомский, А. А. Доминанта / А. А. Ухтомский. – Санкт-Петербург: Питер, 2002. – 342 с.
174. Ушаков, Н. А. Государство в системе международно-правового регулирования : учебное пособие / Н. А. Ушаков. – Москва: ИГПАН, 1997. – 60, [2] с.
175. Ушинский, К. Д. Избранные педагогические сочинения / К. Д. Ушинский. – Москва: Учпедгиз, 1945. – 567 с.
176. Ушинский, К. Д. Родное слово // Собрание сочинений. Т. 2: Педагогические статьи 1857–1861 гг. / К. Д. Ушинский. – Москва, 1948. – С. 554–574.
177. Федотова, Н. Г. Территориальная идентичность как символический ресурс региона / Н. Г. Федотова // Вестник Новгородского государственного университета. – 2015. – № 7 (90). – С. 105–108.

178. Федотова, Н.Г. Символический капитал места: понятие, особенности накопления, методики исследования / Н. Г. Федотова // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. – 2018. – № 29. – С. 141–155.
179. Федотова, Н. Г. Urban imaginary как символический капитал города / Н. Г. Федотова // Ярославский педагогический вестник. – 2018. – № 2. – С. 228–233.
180. Феномен бренда: философско-антропологическая интерпретация / Невелева В. С., Миляева В. Г., Дыдров А. А., Соломко Д. В. // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение, вопросы теории и практики. – 2017. – № 10–2 (84). – С. 105–109.
181. Флоренский, П. А. Сочинения: в 4 т. Т. 3 (1) / священник Павел Флоренский; [сост. и общ. ред. игумена Андроника (А. С. Трубачева) и др.]. – Москва: МЫСЛЬ, 1999. – 621 с.
182. Фомина, Е. В. Онтологический статус «культурного» / Е. В. Фомина // Омский научный вестник. – 2010. – № 4. – С. 78–81.
183. Харламов, Н. А. Миры и агенты виртуализации общества / Н. А. Харламов // Философские науки. – 2007. – № 4. – С. 148–157.
184. Хохлова, А. М. «Текучая» повседневность: трансформация культурных практик в условиях глобализации / А. М. Хохлова // Вестник Санкт-Петербургского университета. Сер. 12. Социология. – 2013. – Вып. 1. – С. 95–102.
185. Храпова, В. А. Региональный текст как фактор организации современного социального пространства / В. А. Храпова // Logos et Praxis. – 2019. – Т. 18, № 4. – С. 102–107.
186. Храпова, В. А. Онтологическое значение Родины и ее интегративная роль в жизни общества / Храпова В. А., Бузский М. П., Карандашов И. В. // Исторические, философские, политические и юридические науки,

культурология и искусствоведение: вопросы теории и практики. – 2017. – № 11 (85). – С. 184–186.

187. Храпова, В. А. Образ Родины как интеграционный потенциал современного государства / Храпова В. А., Карандашов И. В. // Социология города. – 2017. – № 4. – С. 25–30.

188. Храпова, В. А. Бренд как способ формирования культурного статуса города / Храпова В. А., Комова В. А. // Ученые записки Крымского федерального университета им. В. И. Вернадского. Философия. Культурология. Политология. – 2022. – № 3. – С. 98–103.

189. Храпова, В. А. Город как культурный феномен в условиях социальной трансформации / Храпова В. А., Комова В. А. // Logos et Praxis. – 2023. – Т. 22, № 4. – С. 88–98.

190. Храпова, В. А. Механизм культурной идентичности в эпоху глобальных сдвигов / Храпова В. А., Комова В. А. // Культура, искусство, образование: диалоги о «Русском мире»: материалы международной научно-практической конференции. – Волгоград, 2023. – С. 16–22.

191. Храпова, В. А. Архитектурное пространство города как фактор формирования идентичности (на примере города Волгограда) / Храпова В. А., Латышева М. А. // Logos et Praxis. – 2020. – Т. 19, № 2. – С. 99–105.

192. ЦГАДА СССР. Ф. 214. Сибирский приказ. Ст. 81. Т. 64.

193. Циолковский, К. Э. Этика, или естественные законы нравственности / К. Э. Циолковский // Архив РАН. – Ф. 555. – Оп. 1. – Д. 2372. – Л. 7.

194. Чуковская, Л. К. Процесс исключения / Л. К. Чуковская. – Москва: ЭКСМО, 2007. – 697, [2] с.

195. Шапкина, Ю. В. Бренд территории: некоторые результаты терминологического анализа / Ю. В. Шапкина // Социально-экономические явления и процессы. – 2012. – № 5–6 (39–40). – С. 152–155.

196. Шилз, Э. Общество и общества: макросоциологический подход / Э. Шилз // Американская социология: перспективы, проблемы, методы. – Москва, 1972. – С. 341–359.

197. Шилз, Э. О соотношении центра и периферии. Ценностно-смысловой аспект ядра и периферии / Э. О. Шилз // Американская социология: перспективы, проблемы, методы. – Москва, 1972. – С. 348–359.
198. Шипицин, А. И. Культурный брендинг Волгограда: условия и проблемы / Шипицин А. И., Щеглова Л. В. // Каспийский регион. – 2017. – № 4 (53). – С. 137–145.
199. Шютц, А. Смысловая структура повседневного мира : Очерки по феноменологической социологии / Альфред Шютц ; [пер. с англ. А. Я. Алхасова, Н. Я. Мазлумяновой]. – Москва: Ин-т Фонда «Обществ. мнение», 2003. – 334 с.
200. Шютц, А. Размышления о проблеме релевантности // Избранное. Мир, светящийся смыслом / А. Шютц. – Москва, 2004. – С. 235–400.
201. Эйзенштадт, Ш. Революция и преобразование обществ: сравнительное изучение цивилизаций / Ш. Эйзенштадт. – Москва: Аспект Пресс, 1999. – 416 с.
202. Юдин, А. В. Концепты «провинция» и «регион» в современном русском языке / А. В. Юдин // Отечественные записки. – 2006. – № 5 (32). – С. 26–40.
203. Юрцовский, Н. С. Очерки по истории просвещения в Сибири. Вып. 1: Общий ход развития школьного дела в Сибири, 1703–1917 гг. / Н. С. Юрцовский. – Ново-Николаевск : Сиб. обл. гос. изд-во, 1923. – 246, IV, [1] с.
204. Якубовский, А. Ю. Феодалное общество Средней Азии, и ее торговля с Восточной Европой в X–XV вв. / А. Ю. Якубовский // Материалы по истории Узбекской, Таджикской и Туркменской ССР. Ч. 1. – Ленинград, 1932. – С. 1–60.
205. Miller, O. Calculator developed to explore social and cultural status during Shakespeare’s time / Olivia Miller. – Text : electronic // University of Kent. – 2021. – 20 April. – URL: <https://www.kent.ac.uk/news/culture/28415/social-status-calculator-developed-to-explore-class-culture-of-shakespeares-time> (access date: 15.03.2024).

206. Langer, A. Cultural Status Inequalities: An Important Dimension of Group Mobilization / Langer A., Brown G. K. – Text : electronic // Horizontal Inequalities and Conflict. Conflict, Inequality and Ethnicity / Stewart F. (eds.). – London, 2008. – P. 41–53. – URL: https://link.springer.com/chapter/10.1057/9780230582729_3 (access date: 15.03.2024).
207. Moxey, K. Visual Studies and the Iconic Turn / K. Moxey // Journal of Visual Culture. – 2008. – No 7. – P. 131–146.