

Нематериальное наследие и идентичность молодежи Санкт-Петербурга

Сосновская А. М.^{1}, Михайлов А. В.², Орлова О. Ю.²*

¹Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации (Северо-Западный институт управления РАНХиГС), Санкт-Петербург, Российская Федерация, *anna12012007@yandex.ru

²Комитет по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры, Санкт-Петербург, Российская Федерация

РЕФЕРАТ

В статье представлены некоторые результаты и размышления текущего исследования нематериального культурного наследия Санкт-Петербурга, в том числе определения нематериальных характеристик объекта всемирного наследия ЮНЕСКО «Исторический центр Санкт-Петербурга и связанные с ним группы памятников» (далее — Объект всемирного наследия).

Определено понятие «нематериальное наследие» и обозначена его роль в формировании городской идентичности петербуржца. Выявлены практики и ценности региональной идентичности подрастающего поколения.

В работе использованы социологические количественные и качественные методы: Интернет опроса, анализа документов, приведены результаты интервью и опросов молодежи по поводу самовосприятия, самоидентичности и восприятия города. Ответы проанализированы авторами с позиций индивидуальных габитусов жителей города, а также профессионалов смежных областей знаний (архитектура, культурология, филология, психология, социология, юриспруденция), включенных в городские проекты по популяризации культурного наследия города.

Ключевые слова: идентичность, аутентичность, практики, ценности, нематериальное наследие, Санкт-Петербург

Immaterial Heritage and Identity of Youth of St. Petersburg

Sosnovskaya A. M.^a, Mikhailov A. V.^b, Orlova O. Yu.^b

^a Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (North-West Institute of Management of RANEPА), Saint-Petersburg, Russian Federation, anna12012007@yandex.ru

^b Committee on State Control, Use and Protection of Historical and Cultural Landmarks (St. Petersburg, Russian Federation)

ABSTRACT

This article presents some results and reflections of the current study of the intangible cultural heritage of St. Petersburg, including the definition of the intangible characteristics of the UNESCO World Heritage Site “The Historical Center of St. Petersburg and related group of monuments” (hereinafter — World Heritage Site).

The concept of the “intangible heritage” is defined and its role in the formation of the city’s identity of St. Petersburg youth is indicated. Practices and values of the regional identity of the young generation are revealed.

The work used sociological both quantitative and qualitative methods: Internet survey, analysis of documents, interviews and examinations of young people’ self-perception, self-identity and their awareness of the city. The answers were analyzed by the authors from the standpoints of the individual habits of the city’s residents, as well as professionals from related fields of knowledge (architecture, cultural studies, philology, psychology, sociology, jurisprudence) involved in urban projects to popularize the city’s cultural heritage.

Keywords: identity, authenticity, practices, values, intangible heritage, St. Petersburg

Непротиворечивость транслируемой идентичности городского пространства — это актуальная проблема маркетинга территорий [1; 4; 7; 12; 13]. Территориальная идентичность в социологических работах определяется чаще всего через установки, которые являются ее следствием: «Региональная идентичность — это воля к жизни и развитию на данной территории... Если энергия — способность совершать работу, то идентичность, — это способность к социокультурной, гражданской и экономической активности. Региональная идентичность представляет собой самоотнесение индивида к определенному территориально ограниченному сообществу — региону, который характеризуется территориальной, историко-культурной, политико-правовой и языковой целостностью [12].

Бережное сохранение, реставрация и консервация исторических памятников, архитектурных и ландшафтных объектов, которые являются важной составляющей территориальной идентичности, — на повестке органов охраны памятников Петербурга.

В городе и области ведется большая работа по сохранению и консервации исторических объектов и культурных ценностей, по популяризации этих объектов, а также по разработке Плана управления объектом всемирного наследия.

При обсуждении Плана управления в Комитете по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры Санкт-Петербурга (КГИОП) особое внимание уделяется определению, сохранению и воспроизводству нематериального наследия, а также использованию объектов не только как памятников, но и как анимационных пространств.

Как объект контактирует со своим контекстом и жизнью современных людей? Какой вклад тот или иной объект наследия вносит в социальную устойчивость и развитие города?

Культурные инициативы важны в долгосрочной перспективе, поскольку надежно привязывают объект к его контексту, способствуя долгосрочному сохранению объекта, а также развивают навыки сохранения объекта у местного населения.

Сосредоточение внимания на качестве жизни и благополучии как на конечных целях развития в глобальных и национальных программах развития предполагает, что такие аспекты, как творческий потенциал, духовная реализация, знания и красота, могут найти свое место в официальных статистических данных о социальной устойчивости, если «культура» и наследие будут признаны обоснованными и значительными составляющими устойчивого развития¹.

Особое внимание в документе уделяется аспектам идентичности и социальной сплоченности людей вокруг наследия.

Кроме того, возрастающее внимание уделяется вкладу, который наследие способно внести в устойчивое развитие города и социальную интеграцию населения.

Взросшие общемировые требования к управлению объектами наследия, путем формирования ценностного подхода к данным объектам, включают также требования охраны нематериальных активов на объектах (сообщества, культура и знания), обеспечение жизнеспособности сообществ, транслирующих нематериальные ценности.

Каким образом следует сохранять объекты культурного наследия, а также для кого и с привлечением каких участников?

Признаки выдающейся универсальной ценности² объектов всемирного наследия также могут быть материальными или нематериальными. В Руководстве по выполне-

¹ ЮНЕСКО. Управление объектами Всемирного культурного наследия: Информационное руководство. Париж, 2013 [Электронный ресурс]. URL: http://mkrf.ru/upload/mkrf/mkdocs2014/17_12_2014_1.pdf. С. 45 (дата обращения: 09.01.2018).

² Выдающаяся универсальная ценность означает культурную и/или природную значимость, которая является столь исключительной, что выходит за пределы национальных границ и представляет всеобщую ценность для настоящих и будущих поколений всего человечества (Руководство по выполнению Конвенции, § 49).

нию Конвенции об охране всемирного культурного и природного наследия указаны типы признаков, которые могут передавать выдающуюся универсальную ценность, а именно: форма и замысел; материалы и вещества; использование и функции; традиции, методы и системы управления; местоположение и окружение; язык и другие формы нематериального наследия; духовное и физическое восприятие. Эти признаки необходимо выявить, поскольку они чрезвычайно важны для понимания подлинности и целостности, а также являются объектом охраны, сохранения и управления¹.

Культурная ценность может относиться к нематериальным качествам, таким как социальная структура, экономические потребности и политический контекст, — в пространстве и во времени. Она может быть связана с известными событиями, лицами или произведениями искусства, литературы, науки или музыки.

Признаки могут представлять собой физические качества или материалы, но также могут являться и процессами, связанными с объектом, которые воздействуют на физические качества объекта и/или на восприятие людей, как, например, социальные программы или реконструкции.

В рамках городского проекта по популяризации Объекта всемирного наследия студенты РАНХиГС совместно с КГИОП в течение 2016–2018 гг. изучали нематериальное наследие города, собирая истории, наблюдения, интервьюируя горожан, работая методом включенного наблюдения на выбранных объектах исследования [8; 9]. Некоторые работы информационно сопровождались в СМИ Академии, а работа по восприятию научного Петербурга осмыслилась с социологической точки зрения в данном издании в прошлом году [6].

Все исследования наших студентов (более 20 работ) преследовали общую цель — уловить в восприятии горожан уникальный код города, который транслирует культуру, непрот противоречивую идентичность, что и придает особую атмосферу и ценность пребыванию в культурной столице России.

КГИОП проводит большую работу по популяризации объекта всемирного наследия для подрастающего населения города, проводя образовательные и творческие проекты со школами и колледжами города и Ленинградской области. Согласно психоанализу Э. Эриксона, который выделил 8 этапов развития идентичности, именно подростковый возраст (11–20 лет) является ключевым для приобретения устойчивого чувства идентичности. Четвертая стадия развития идентичности, с 6 до 11 лет, предшествующая нашей аудитории, связана с овладением различными умениями. Овладевая основами знаний, дети начинают идентифицировать себя с представителями отдельных профессий, для них важным становится общественное одобрение их деятельности. На следующей, пятой стадии, подросток колеблется между положительным полюсом идентификации («Я») и отрицательным полюсом путаницы ролей [10, с. 12]. Перед подростком стоит задача объединения всего, что он знает о себе самом как сыне/дочери, школьнике, друге, жителе города, члене того или иного кружка, сообщества. Все это он должен объединить в единое целое, осмыслить, связать с прошлым и спроецировать на будущее [2; 3].

Не всем удается интегрировать и почувствовать непрот противоречивую идентичность.

Э. Тоффлер, исследуя вопросы идентичности и самоидентификации, писал, что «миллионы людей занимаются поисками своей идентичности или какого-то магического средства, которое помогло бы им вновь обрести свою личность, мгновенно дало бы ощущение близости или экстаза, привело бы их к более «высокому» состоянию сознания» [12, с. 10].

Как отмечает американская исследовательница региональной идентичности Р. Флорида, место влияет на то, насколько мы счастливы: «...оно может быть островом

¹ ЮНЕСКО. Управление объектами Всемирного культурного наследия: Информационное руководство.

стабильности в море неопределенности и риска. Работа рано или поздно заканчивается. Взаимоотношения распадаются. Выбор правильного места может стать защитой от жизненных невзгод. Несравнимо легче вновь подняться на ноги, если место, где Вы живете, характеризуется энергичным развитием» [12, с. 6].

Санкт-Петербург, безусловно, является сильным местом для региональной идентичности, город постоянно привлекает большое количество туристов, в последние годы неизменно возглавляя туристические рейтинги европейских городов.

Иосиф Бродский говорил: «Камни или не камни, объясняйте это как хотите, но в Петербурге есть эта загадка — он действительно влияет на твою душу, формирует ее. Человека, там выросшего или, по крайней мере, проведшего там свою молодость, — его с другими людьми, как мне кажется, трудно спутать»¹.

Ю. М. Лотман называл Петербург театральным, нереальным, постановочным [5]. Каковы параметры аутентичности города и городской культуры? Согласно экономике впечатлений и теории аутентичности предложений, аутентичность воспринимается каждым человеком индивидуально. Если продукт, место или практика апеллируют к ценностям данного человека и соответствуют его образу себя, тогда объект, с которым контактирует человек, воспринимается как непротиворечивый, аутентичный и привлекательный. Таким образом, аутентичность любого места и мероприятия находится в умах людей, в умах целевой аудитории. Аутентичность переживается как соответствие, подлинность и непротиворечивость происходящего, определенная атмосфера комфорта и аура уместности [1].

Один из соавторов настоящей статьи в своей диссертации доказывает, что региональная идентичность связана с базовой потребностью в принадлежности к группе и дифференциации своей группы от других. Восприятие культурного наследия, прежде всего, связано с процессом исторической и личностной самоидентификации человека как элемента социальной группы, а также понимания роли своей социальной группы в окружающем мире. Процесс восприятия культурного наследия, формирование понимания его сохранения связан с процессом формирования отношения человека к истории: индивидуальной, родовой, истории общины, города, государства и мира в целом. Материальные объекты культурного наследия являются носителями нематериальной информации о народе и нации и обеспечивают ее самоидентификацию, без чего невозможно сохранение такой нации.

Примером объекта культурного наследия, в котором заключается больше нематериальной, чем материальной ценности, является комплекс, объединяющий места, связанные с защитой Ленинграда в период Великой Отечественной войны — «Зеленый пояс Славы», который одновременно является и компонентом № 540-036 Объекта всемирного наследия.

В данном объекте, кроме материальных предметов охраны, таких как местоположение объекта, состав, объемно-пространственная композиция, большая составляющая — нематериальная, связанная с сохранением памяти об истории Великой Отечественной войны, победе в ней и героями войны.

Определение и сохранение нематериальных составляющих объектов культурного наследия, в контексте упомянутых потребностей в идентификации, необходимо для формирования правильного представления о характеристиках объекта культурного наследия:

- 1) осознанного, правильного восприятия материальных элементов (в том числе «одушевление» материальных элементов путем включения их в единое информационное пространство);

¹ Волков С. Диалоги с Иосифом Бродским [Электронный ресурс]. URL: <http://www.lib.ru/BRODSKIJ/wolkow.txt> (дата обращения: 30.01.2018).

- 2) создание единого информационного пространства, содержащего нормы, апеллирующие к ценностям группы;
- 3) идентификация уникальности объекта в целом, его компонентов и элементов по отношению к иным аналогичным объектам (позиционирование и дифференциация объекта);
- 4) формирование системы ценностных ориентиров у пользователей объекта (жители Санкт-Петербурга);
- 5) позиционирование жителя (пользователя) через формирование идентичности с окружающей его средой и, как следствие, формирование сильной региональной идентичности и бережного отношения к наследию;
- 6) обеспечение преемственной передачи информации (нематериального наследия), в том числе о материальном наследии.

Определение нематериальных атрибутов невозможно без понимания способов их сохранения, воспроизведения и трансляции. Передать некое внутреннее знание, а уж тем более ощущение аутентичности можно путем его оформления в виде текстов, практик участия и реконструкции, а следовательно, через его опосредованную материализацию. Дальнейшая работа над данной тематикой предполагает определение форм сохранения, воспроизведения и трансляции нематериальных составляющих, так называемых предметов охраны объектов культурного наследия, что соотносится с получившим широкое распространение в мире ценностным подходом в оценке культурного наследия в целом и объектов культурного наследия в частности. Это позволит осуществлять комплексную оценку культурной, экономической, социологической и иных составляющих ценности и, что чрезвычайно важно, осуществлять полную и правильную трансляцию этих ценностей в рамках популяризации, формируя объективное представление о культурном наследии нашего города, прежде всего у молодежи.

После нескольких лет сотрудничества и проектов со школами Петербурга мы решили провести промежуточный мониторинг самоидентификации школьников. Опрос был размещен в общедоступной интернет-среде, заполнить его могли все желающие, однако ссылка была рекомендована для заполнения школьниками школ-партнеров проектов КГИОП. Опрос носил также закрепляющую образовательную функцию — усвоена ли информация, которая доносилась в разных формах до учащихся. А именно, знают ли они, что объект «Исторический центр Санкт-Петербурга и связанные с ним группы памятников» включен в Список всемирного наследия ЮНЕСКО?

Открытые вопросы интернет-опросника для школьников: Что отличает Петербург от других городов мира? Кто такой петербуржец XXI в. и какие у него качества? Каков «дух Петербурга»? — являются проективными с точки зрения психологии, что дает возможность реконструировать практики и ценности респондентов. Вопрос об отличии апеллирует к нашему тезису, что идентичность связана с базовой потребностью в принадлежности к группе и дифференциации своей группы от других. Вопрос о духе города позволяет нам понять значимые практики места, т. е. реализуемые действия и функции именно молодого поколения. Вопрос о качествах идеального петербуржца отсылает к проективной идентификации, образу себя, саморефлексии и самоописанию. Нам интересно, есть ли существенные различия в восприятии самоидентичности и идентичности города молодых жителей города от предыдущих поколений, стереотипов и традиционных взглядов.

Британский социолог Э. Гидденс описывал самоидентичность как рефлексивный рассказ о себе в контексте множественного выбора с учетом абстрактных систем, выделив десять качественных характеристик такого самоописания. Будем отмечать данные характеристики в имеющихся самоописаниях респондентов.

- 1) «Я» есть рефлексивный проект, за который отвечает сам индивид; «мы являемся тем, что мы сами из себя создаем»;

- 2) «Я» разрабатывает траекторию своего развития, возвращаясь к прошлому и прогнозируя будущее; путешествие в прошлое дает эмоциональную свободу для предвидения и созидания грядущего, построение траектории «Я» базируется на идее многоэтапного жизненного цикла;
- 3) рефлексивность «Я» непрерывна. Искусство самонаблюдения заключается в том, что индивид постоянно задает себе вопросы: «Как я могу использовать этот момент, чтобы измениться?», «Что происходит прямо сейчас?», «Что я думаю?», «Что я делаю?», «Что я чувствую?», «Как я дышу?»;
- 4) самоидентичность проявляет себя как рассказ, в том числе и в регулярно ведущемся дневнике;
- 5) самоактуализация подразумевает контроль и управление временем;
- 6) рефлексивность «Я» охватывает и сферу телесности индивида, так как тело — это часть индивидуальной системы действий, а не ее пассивный объект;
- 7) самоактуализация индивида требует равновесия возможностей и риска, которое достигается благодаря эмоциональному преодолению прошлого и осмысленному прогнозированию будущего;
- 8) нравственная задача самоактуализации — это достижение аутентичности «Я», т. е. верности самому себе; этот процесс требует интерпретации прежнего опыта, отделения истинного «Я» от ложного;
- 9) жизненный цикл личности воплощен в последовательной смене этапов, которые, в отличие от традиционного общества, почти не имеют ритуальных меток или внешней обусловленности; движение от эпизода к эпизоду, воплощающее в себе баланс возможностей и риска, осуществляется благодаря «рефлексивной мобилизации траектории Я»;
- 10) развитие «Я», т. е. его жизненная траектория, обладает внутренней референтностью; единственно значимой «путеводной нитью» жизненной траектории выступает она сама [цит. по: 11, с. 14–15].

Вопрос о духе города, который «велик, могуч, сказочен, поэтичен, старомоден, многогранен, красив», позволил нам понять значимые практики места, т. е. то, что выделяет молодежь в качестве своих типичных, осмысленных и символических действий в городе: знать историю; гулять в белые ночи; в Питере — пить, жить (аллюзия и рефрен на песню группы «Ленинград»); любить поэзию, литературу; долго гулять по набережным, гулять по крышам; быть творческим. Приведем один пример полностью — в нем отражены практически все признаки самоидентификационного проекта по Гидденсу: «Нас всех объединяет Питер. Это не просто город, это целое явление, пространственный портал, межкультурная история, ни с чем несравнимая энергетика. Единожды окунувшись в воздух Питера, уже получаешь ВПЕЧАТЛЕНИЕ, и оно бесследно никогда не исчезнет, на чувственном уровне Питер отметится четко. Разговор о Санкт-Петербурге не замолкает во все его века, и любое его описание отражает ЧУВСТВО. Этот город являет собой выраженный коктейль природных особенностей, городской значимости и психической структуры жителя и гостя, эдакая „вещь-в-себе“, разбирать который берутся многие, и почти все попадают в ловушку такой многослойности, что пребывание в этом городе становится творчеством в чистом виде. Потому человек стремится побывать здесь хотя бы раз, потом зачастую возвращается сюда раз за разом, и все тут идут-бредут улицами, крышами, каналами, набережными, дворами, как будто здесь душе по умолчанию ближе к творческому восприятию и долгой прогулке» (11–13 лет).

В этом описании человека в среде ярко проявляется самоидентичность автора как жителя Петербурга. Перед нами нарративная конструкция с элементами самонаблюдения себя в прошлом, настоящем и будущем, самоконструированием на основе эмоционального преодоления трудностей восприятия. Текст эмоционален, значимые слова выделены графически «каплюком», что принято соотносить с кри-

ком. Автор передает свое чувственное восприятие пространства, свои аутентичные переживания, и некоторые повторения дают ощущение, что автор навязывает нам свою точку зрения. Мы понимаем его драйвы, внутреннюю мотивацию и мобилизацию к действиям. Присвоена групповая принадлежность: «нас всех объединяет Питер», что позволяет говорить от имени гипотетической группы и конструировать истории.

Вопрос о качествах идеального петербуржца отсылает к проективной идентификации, образу себя, саморефлексии и самоописанию. Молодой человек пишет: «Он ненавидит и никогда не употребляет слово „Питер“ и питерцы. Он будет публично стыдить того человека, кто так говорит. Надо говорить „Санкт-Петербург“ и даже „ленинградцы“ лучше, чем „питерцы“, поскольку это слово пролетарских окраин» (11 лет); согласно нашим респондентам, молодой петербуржец такой же серьезный, умный, интеллигентный, как и его старшие товарищи. Некоторые высказывания категоричны и принципиальны, содержат в себе оценку других, что может говорить о внутренней силе, четких образах и предпочтениях. А иногда и о некотором снобизме: «Свежий ветер, дующий с Финского залива, приносящий европейские новшества, которые приживаются на исторически интеллигентной и аристократической почве великого города» (13 лет).

Нам интересно, есть ли существенные отличия в восприятии самоидентичности и идентичности города его молодыми жителями от предыдущих поколений, стереотипов и традиционных взглядов.

Наше социологическое исследование представляет собой попытку выявления характерных черт и ценностей петербуржца XXI в. При этом данное исследование не ограничивается привязкой именно к местности, ведь человек, рожденный в другом городе, тоже может считать себя петербуржцем по своему внутреннему ощущению. Петербуржец — «человек, который живет в Питере, чувствует себя частью него». Именно на основе этих ощущений и неуловимого духа города и формируется особое отношение к городскому пространству. Как писал Сергей Довлатов, «национальность — ленинградец. По отчеству — с Невы».

Опрос содержал равное соотношение открытых и закрытых вопросов. Среди закрытых были такие, как дихотомический — «считаете ли вы себя петербуржцем?» и вопросы с ограниченным числом альтернатив — «Какой ваш родной город?». Содержание в опросе как закрытых, так и открытых вопросов дает выбор каждому в процессе заполнения анкеты, увеличивает количество респондентов, готовых пройти опрос и возможность получить большее число разных ответов. Конечно, опрос как метод получения общественного мнения имеет и свои минусы, с которыми мы столкнулись, например, это несовершенство ответов, которое может быть обусловлено ограниченным количеством времени респондента и его нежеланием отвечать на все вопросы, а также сложность обработки и структурирования открытых вопросов.

Также важно отметить, что опрос содержал один вопрос, включающий готовый ответ. Такой прием позволяет распространить информацию среди большого количества респондентов, не заставляя долго ее анализировать и искать. Это наш образовательный, закрепляющий и интегрирующий вопрос: «Вы знаете, что объект «Исторический центр Санкт-Петербурга и связанные с ним группы памятников» включен в Список всемирного наследия ЮНЕСКО». В большей степени респонденты могли ответить, что они точно это знают, поскольку сам вопрос содержал эту информацию и таких оказалось большинство — 64%. Остальная часть выбрала ответ: «Теперь знаю». Составление и включение данного вопроса в анкету преднамеренно и связано с желанием получить обратную связь по поводу наших просветительских проектов. В процессе работы мы часто сталкиваемся с низким уровнем знаний о всемирном наследии среди населения. Пола-

гаем, что в результате прохождения опроса более 120 респондентов повысили свой уровень знаний.

Немаловажной задачей опроса была популяризация знаний о городе, привлечение интереса учащихся к изучению и освоению городских пространств, поиску и осознанию своего места в Петербурге.

Все респонденты были поделены нами на три категории: от 7 до 10 лет (14,3%), от 11 до 13 (34,1%) и 14–18 лет (51,6%). Такое деление было связано с прохождением основных этапов школьного обучения (младшие, средние и старшие классы). Именно такой разброс детей от 7 до 18 лет позволит понять, как воспринимают город школьники, которые еще только начинают ходить в школу и изучать город в том числе, и как на город реагируют подростки, которые уже много читали про Петербург, ходили на экскурсии и искали свои собственные любимые места города.

Важно отметить, что опрос был предназначен абсолютно для всех школьников вне зависимости от того, где они родились. Однако, как показали результаты, более 85% опрошенных родились в Санкт-Петербурге. Остальные представляли такие города, как Омск, Пенза, Москва, Йошкар-Ола, Заозерск, Новый Уренгой и другие. При этом 95% из всех опрошенных считают себя петербуржцами. Это говорит о том, что, несмотря на место рождения, человек может назвать и ощутить себя «петербуржцем», основываясь на других критериях. Например, это могут быть такие критерии, как идентификация с местом работы, учебы, принадлежность к спортивному клубу, научные интересы, эстетические ценности красоты и понимание архитектурных особенностей пространства города, особые поэтические настроения, связанные с практиками кино- и фотосъемки, настроения и фантазии, связанные с героями и кумирами.

Идентификация является способом понимания другого человека через осознанное или неосознанное отождествление его с собой, попытка понять состояние, настроение, самооценку, отношение к миру, представив себя на его месте. Одной из составных частей идентификации является настроение, которое горожанин испытывает в городе. Через это преобладающее ощущение можно предположить, какой это город. Результаты опроса показали, что более 48% испытывают воодушевление в Санкт-Петербурге, более 30% — радость, 7,3% — депрессию. Такого рода результаты в большей степени показывают, что жизнь в данном городе комфортна для молодого поколения, что они вдохновлены городом, замотивированы им и редко переживают депрессивные чувства, которые в основном связаны с серой погодой и недостатком солнечного света.

Наши респонденты отмечали, что город воспитывает, поддерживает, вдохновляет, возвышает своего жителя до своего величественного уровня, предлагая жителю такое преимущество и отличие — быть носителем петербургской культуры и истории.

Примечательно, что люди, приезжающие из других городов, чаще всего в Северной столице испытывают грусть, апатию или депрессию. Причем большинство из респондентов связывало факт такого отрицательного настроения с погодными условиями города: дождями, сыростью, низким небом и ветрами. Как говорили главные герои знаменитого фильма «Питер ФМ»: «Погода в Питере меняется с космической скоростью, а вместе с ней, между прочим, и настроение».

С другой стороны, здесь закономерен вопрос, может это возраст влияет на настроение индивида в городском пространстве? Ведь респонденты до 18 лет в большей степени ощущают город как вдохновляющее и радостное пространство, в то время как молодежь постарше, как, например, студенты нашего вуза или других вузов города, с которыми мы также работаем в проектах, которым 20–25 лет, и они в гораздо большей мере ощущают грусть и депрессию. Вопрос требует дальнейшего изучения.

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

- 1) физическое пространство города, которое представляет рукотворный ландшафт, архитектуру и структуру пространства городских локаций;
- 2) информационное пространство города как пространство информационных потоков, включающее исторические знания и современные представления о самом городе;
- 3) социальное пространство — номинальные и реальные территориальные социальные группы, представляющие государственные структуры и гражданское общество.

Основываясь на этой классификации, был проведен анализ ответов на вопрос «Что отличает Петербург от других городов мира?». Большинство ответов респондентов показало, что то информационное пространство, в котором находится индивид, и формирует у него представление о городе. Так, превалирующее отличие Петербурга от других городов, по мнению юных жителей города, — это культура и красота. Также говорилось о том, что Петербург «является культурной столицей, о которой знают», город отличается «старинной памятью и красотой», город отличается «величием и гостеприимностью». «Петербург по меркам крупных европейских городов является относительно молодым — всего 315 лет. Но даже за эти 300 с лишним лет он пережил множество событий, о которых европейские города даже не слышали, вырастил и выпустил в свет великих людей, подарил миру величайшие открытия, создавшие современный научный и культурный мир».

Санкт-Петербург является мировым достоянием, которое молодежь характеризует такими эпитетами, как «город-герой», «город-символ», «культурная столица», «Северная Венеция». Это те неофициальные названия города, которые на слуху у каждого горожанина и гостя Северной столицы.

Если говорить о физическом пространстве города, то здесь молодые петербуржцы выделили «величие архитектуры», «достопримечательности», «мосты и музеи». Уникальная архитектура и структура городского пространства позволяют говорить о Петербурге, как о «городе-памятнике». Это еще одно неофициальное символическое название города, которое значимо для молодежи и является маркером дифференциации при анализе отличительных черт города в мировом пространстве.

Любопытно, что ребята уделили меньше внимания социальному пространству, т. е. тем людям, которые наполняют этот город, охраняют его и делают уникальным. Однако была отмечена «теплота людей», «отношение и поведение людей» и «доброта». Эти немногие интерактивные, коммуникативные психологические качества, которые проявились в восприятии наших респондентов, являются начальным этапом для определения и формирования портрета петербуржца XXI в.

Респонденты отмечают, что петербуржца можно узнать по манерам, по общению, по походке. Но все эти факты пока не дают нам точного представления о том, что это за человек, какие у него качества, уровень образования или может иные отличительные черты.

Исследуя и анализируя данные опроса, можно с уверенностью сказать, что в представлении молодых горожан петербуржец XXI в. — современный («человек, сидящий в телефоне», «модный интеллигент, ведущий здоровый образ жизни, совершающий утренние пробежки вдоль петербургских набережных, немного консерватор»), культурный, интеллигентный, воспитанный и эрудированный человек. Некоторые молодые люди в своих ответах отмечают даже уровень образования — что это в большей степени искусствоведы и архитекторы, те люди, которые больше и чаще всего соприкасаются с наследием. В частности, предложена такая характеристика: «тот, кто следит и ухаживает за своим городом, кто ему помогает, с ним разговаривает и тот, кто его защищает и не бросает». Таким образом, город ста-

новится не просто местом проживания этого индивида, но и еще объектом общения и самовыражения. Город как друг, город как часть личности: «Петербуржец XXI в. — человек, который связал свою жизнь с этим городом». Безусловными отличительными чертами петербуржца XXI в. являются уважение к красоте, к городу и тесная связь с наследием. «Это человек, который готов совершенствоваться. Культурный и приятный в общении, хранит глубоко внутри дух Петербурга XVIII–XIX вв. Он умен и начитан, его интересует город, и он готов открывать его с разных сторон. Настоящее кроется глубже, поэтому петербуржец может быть как крайне позитивным, так и грустен. Но главное — это родство с городом, которое он ощущает».

Таким образом, образ петербуржца XXI в. в глазах молодых людей в возрасте до 18 лет представляется как современный искусствовед или архитектор, интеллигентный и эрудированный, тонко чувствующий и переживающий за все городское пространство, человек, частью которого является город, человек с сильной региональной идентичностью, которая позволяет противостоять трудностям и превратностям судьбы и истории города и страны.

Проведенное исследование региональной идентичности молодежи Санкт-Петербурга позволило прийти к выводу, что непротиворечивость транслируемой идентичности городского пространства достигается совпадением с внутренней самоидентичностью горожанина.

Мы выделяем следующие составляющие такой идентичности: инкорпорированное физическое пространство города, в качестве образов и символов значимых сайтов и локаций; когнитивное и информационное поле — поле знаний, городских интроектов, установок и мифов, поле постоянных выборов, проявляющегося фокуса внимания, интереса и предпочтений; социальное пространство — поле значимых интеракций и коммуникаций, ощущение групповой идентичности и принадлежности к истории и судьбе города. Молодое поколение воспринимает город и себя в нем довольно консервативно и стереотипно, что отражается в обнаруженных в ответах нашего опроса, но что является достаточно известными паттернами в дискурсе изучения идентичности Петербурга и петербуржцев:

- 1) монументализация репрезентаций великого города. Отношение к городу с пиететом и весьма дистанционно. Так как город представляет собой фреймы и предьявляет требования соответствия, а это властная позиция и принуждение;
- 2) красота — всеобщее достояние жителей города. Сильны ценности эстетизации, городская композиция формирует определенный вкус;
- 3) знание референтных текстов российской культуры, поэтичность и интертекстуальность мышления;
- 4) романтичность и творческий настрой. Романтическое мировосприятие предполагает психологические крайности и полярности: полярные чувства — от депрессии и уныния к восторгу, предпочтения особых ощущений — экскурсии на крыши, кладбища, по дворам, поиск ощущения мистичности, волшебства, тайны.

Последнее составляющее исследуемой региональной идентичности — социальное поле — наименее осознаваемо нашими молодыми горожанами. Именно эта ипостась подразумевает и нематериальное наследие города, которое рассказывает о ценностях группы, о совместном прошлом опыте выживания и победы. Нематериальное наследие в форме рассказов, практик, визуальных нарративов легко инкорпорируется членами группы и становится солидным основанием для региональной идентичности. Идентичность связана с базовой потребностью в принадлежности к группе и дифференциации своей группы от других. Нам представляется серьезным упущением недоразвитость именно этой составляющей идентичности. Своей дальнейшей целью видим просвещение и привлечение внимания к нематериальному наследию города, социальным практикам и инициативам коммуникации с городом.

Литература

1. Гилмор Д., Пайн Д. Экономика впечатлений. Работа — это театр, а каждый бизнес — сцена. М. : Вильямс, 2005.
2. Голенко В. В., Киселев В. Н., Сосновская А. М. Научный Петербург. Взгляд молодежи // Управленческое консультирование. 2017. № 2. С. 65–78.
3. Гофман И. Поведение в публичных местах. Заметки о социальной организации собраний // Социология власти. 2014. № 2. С. 219–228.
4. Крылов М. П. Региональная идентичность в историческом ядре европейской России // Социологические исследования. 2005. № 3. С. 13–23.
5. Лотман Ю. М. Беседы о русской культуре. Быт и традиции русского дворянства (XVIII — начало XIX века). СПб., 1994.
6. Лотман Ю. М. Символика Петербурга и проблемы семиотики города // История и типология русской культуры. СПб. : Искусство–СПб., 2002. С. 270–280.
7. Маскаев А. И., Чикарова Г. И. Городское пространство и профессиональная идентичность // Город, социум, среда: история и векторы развития. Материалы Всероссийской научно-практической конференции. Нижний Тагил, 2017.
8. Михайлов А. В. Основные направления эволюции потребности сохранения объектов культурного наследия. Сохранение нематериальных особенностей // Коллективная монография по материалам Международной научно-практической конференции «Природное и культурное наследие: междисциплинарные исследования, сохранения и развитие». СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2017.
9. Орлова О. Ю. Роль молодежи в формировании городских инициатив в сфере сохранения культурного наследия города // Коллективная монография по материалам Международной научно-практической конференции «Природное и культурное наследие: междисциплинарные исследования, сохранения и развитие». СПб. : Изд-во РГПУ им. А. И. Герцена, 2017. С. 523–525.
10. Сосновская А. М. Журналист: личность и профессионал (психология идентичности). СПб. : Роза мира, 2005.
11. Сосновская А. М. Семиотика и семантика рекламы и связей с общественностью. СПб., 2013.
12. Florida R. Who's your city? NY : Basic Books, 2008.
13. Yoon J. A conceptual model for city branding based on semiotics. Brunel University, 2010.

Об авторах:

Сосновская Анна Михайловна, доцент кафедры социальных технологий Северо-Западного института управления РАНХиГС (Санкт-Петербург, Российская Федерация), кандидат филологических наук, доцент, anna12012007@yandex.ru

Михайлов Алексей Владимирович, заместитель председателя Комитета по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры (Санкт-Петербург, Российская Федерация), аспирант кафедры реконструкции и реставрации архитектурного наследия СПбГАСУ

Орлова Олеся Юрьевна, специалист Комитета по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры (Санкт-Петербург, Российская Федерация), аспирант факультета социологии СПбГУ

References

1. Gilmore J., Pine J. E. The Experience Economy: Work Is Theater and Every Business a Stage. M. : Williams, 2005. (In rus)
2. Golenko V. V., Kiselev V. N., Sosnovskaya A. M. Scientific St. Petersburg. Youth look // Administrative consulting [Upravlencheskoe konsul'tirovanie]. 2017. N 2. P. 65–78. (In rus)
3. Goffman E. Behavior in Public Place: Notes on the Social Organization of Gatherings // Sociology of the Power [Sotsiologiya vlasti]. 2014. N 2. P. 219–228. (In rus)
4. Krylov M. P. Regional identity in a historical kernel of the European Russia // Sociological researches [Sotsiologicheskie issledovaniya]. 2005. N 3. P. 13–23. (In rus)
5. Lotman Yu. M. Conversations on the Russian culture. Life and traditions of the Russian nobility (XVIII — the beginning of the XIX century). SPb., 1994. (In rus)

6. Lotman Yu. M. Symbolic of St. Petersburg and problem of semiotics of the city // History and typology of the Russian culture [Istoriya i tipologiya russkoi kul'tury]. SPb. : Art SPb., 2002. P. 270–280. (In rus)
7. Maskaev A. I., Chikarova G. I. City space and professional identity // City, society, environment: history and vectors of development. Materials of the Russian scientific and practical conference [Gorod, sotsium, sreda: istoriya i vektory razvitiya. Materialy Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii]. Nizhny Tagil, 2017. (In rus)
8. Mikhaylov A. V. Main directions of evolution of requirement of preservation of objects of cultural heritage. Maintaining immaterial features // Collective monograph on materials of the International scientific and practical conference “Natural and cultural heritage: cross-disciplinary researches, preservations and development” [Kollektivnaya monografiya po materialam Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Prirodnoe i kul'turnoe nasledie: mezhdistsiplinarnye issledovaniya, sokhraneniya i razvitie»]. SPb. : Publishing house of Herzen University, 2017. 570 p. (In rus)
9. Orlova O. Yu. A role of youth in formation of city initiatives in the sphere of preservation of cultural heritage of the city // Collective monograph on materials of the International scientific and practical conference “Natural and cultural heritage: cross-disciplinary researches, preservations and development” [Kollektivnaya monografiya po materialam Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii «Prirodnoe i kul'turnoe nasledie: mezhdistsiplinarnye issledovaniya, sokhraneniya i razvitie»]. SPb. : Publishing house of Herzen University, 2017. P. 523–525. (In rus)
10. Sosnovskaya A. M. Journalist: personality and professional (identity psychology). SPb. : Rose of the World, 2005. 206 p. (In rus)
11. Sosnovskaya A. M. Semiotics and semantics of advertising and public relations. SPb., 2013. (In rus)
12. Florida R. Who's your city? NY : Basic Books, 2008.
13. Yoon J. A conceptual model for city branding based on semiotics. Brunel University, 2010.

About the authors:

Anna M. Sosnovskaya, Associate Professor of the Chair of Social Technology of North-West institute of management of RANEPa (St. Petersburg, Russian Federation), PhD in Philology, Associate Professor, anna12012007@yandex.ru

Alexey V. Mikhaylov, vice-chairman of Committee on State Control, Use and Protection of Historical and Cultural Landmarks, (St. Petersburg, Russian Federation), graduate student of SPSUACE

Olesya Yu. Orlova, specialist of Committee on State Control, Use and Protection of Historical and Cultural Landmarks (St. Petersburg, Russian Federation), graduate student of St. Petersburg State University