

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2018-11-2.21>

Орлова Елена Валентиновна

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ ГОРОДСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ОРЕНБУРГА)

В статье обосновывается актуальность фундаментальных и прикладных исследований в рамках систематизации основных аспектов и форм городской идентичности. Анализируя результаты эмпирического исследования социокультурного облика города в восприятии его жителями Оренбурга сквозь призму понятий "городская идентичность", "идентичность города", "идентичность с городом", автор демонстрирует, что причиной слабой городской идентичности является отсутствие пространственного опыта, включающего в себя знания о социальной, культурной и исторической уникальности территории.

Адрес статьи: www.gramota.net/materials/9/2018/11-2/21.html

Источник

Манускрипт

Тамбов: Грамота, 2018. № 11(97). Ч. 2. С. 276-279. ISSN 2618-9690.

Адрес журнала: www.gramota.net/editions/9.html

Содержание данного номера журнала: www.gramota.net/materials/9/2018/11-2/

© Издательство "Грамота"

Информация о возможности публикации статей в журнале размещена на Интернет сайте издательства: www.gramota.net

Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: hist@gramota.net

INFORMATION-IDEOLOGICAL PROBLEMS OF COUNTERING RELIGIOUS-POLITICAL EXTREMISM IN THE REPUBLIC OF DAGESTAN

Magomedova Muslimat Alkhilaevna, Ph. D. in Philosophy
*Regional Centre for Ethnopolitical Research of Daghestan Scientific Centre
of the Russian Academy of Sciences, Makhachkala
muslimat-rci@mail.ru*

The article analyses the manifestations of religious-political extremism in the North Caucasus. The paper shows the main ideological differences between the representatives of traditional Islam and the Wahhabis. Despite significant work on conceptual and legislative support for countering religious-political extremism, threats of extremist ideology spread in the territory of the Republic of Dagestan remain. In the course of the study, the author offers practical recommendations on countering religious-political extremism.

Key words and phrases: religious-political extremism; North Caucasus; The Republic of Dagestan; terrorism; extremism countering; ideology; propaganda; Internet.

УДК 1; 304.2

Дата поступления рукописи: 18.08.2018

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2018-11-2.21>

В статье обосновывается актуальность фундаментальных и прикладных исследований в рамках систематизации основных аспектов и форм городской идентичности. Анализируя результаты эмпирического исследования социокультурного облика города в восприятии его жителями Оренбурга сквозь призму понятий «городская идентичность», «идентичность города», «идентичность с городом», автор демонстрирует, что причиной слабой городской идентичности является отсутствие пространственного опыта, включающего в себя знания о социальной, культурной и исторической уникальности территории.

Ключевые слова и фразы: идентичность; социокультурное пространство; городская идентичность; город; социокультурное пространство города; образ города; город Оренбург.

Орлова Елена Валентиновна, к. филос. н.
*Оренбургский государственный университет
orle-@mail.ru*

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСНОВАНИЯ ГОРОДСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ (НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ОРЕНБУРГА)

Проблема кризиса идентичности давно и прочно стоит перед современным обществом. В условиях современных глобальных изменений человек теряет пространственные и ментальные ориентиры, включающие системы смыслов, традиций, ценностей, определяющие его образ жизни и лежащие в основе его идентичности. Относительно российской действительности данная проблема наиболее актуальна. Для полиэтничного российского общества разрушение традиционных путей обретения идентичности как переработки и усвоения опыта предков чревато потерей культурного своеобразия, разрывом социокультурных связей и ведет к исчезновению культурной целостности. Поиск наиболее адекватных современным путей обретения и сохранения социокультурной самобытности вынуждает человека определять новые основания своей идентификации.

Отталкиваясь от категории «идентичность места» (Э. Рэлф), где место – это сегмент пространства, который соотносится с человеком и воспринимается им в качестве своего продолжения [9], можно утверждать, что смысловое наполнение своего существования современный человек черпает из собственного пространственного опыта, накладывая общемировые тенденции на образы реальности, которые он наблюдает вокруг себя. Данная ситуация приводит к тому, что в научном сообществе наблюдается тенденция смещения центра интересов в область рефлексии культурно-исторических и духовных ориентиров идентификации современного человека, имеющих актуальность для каждого конкретного социокультурного территориального образования, будь то населенный пункт, город, область, регион, страна и т.д.

Согласно Э. Рэлфу, любой пространственный опыт корнями уходит в социальную структуру, культуру и историю конкретного места [Ibidem]. Соответственно, философское, культурологическое, социологическое обоснование такой идентичности с территорией отсылает к проблеме социокультурного пространства как конструируемой индивидом среды обитания. Социокультурное пространство выступает как своего рода физическое и ментальное выражение организации пространства человеком, смысловое наполнение которого зависит от социальных и культурных особенностей, реализующихся на определенной территории [6].

Наиболее концентрированно все вышесказанное проявляется в отношении города, который сегодня выступает предметно-пространственной средой, окружающей человека на протяжении всей его жизни. Город служит «местом», связь с которым лежит в основе социокультурной идентичности, «в которой зафиксирована коллективная память людей, символические архетипы и системы мировоззренческих образов» [8, с. 63]. Городское пространство можно определить как систему информационно-коммуникативных оснований социальной деятельности, воплощенных в разнообразных знаково-символических продуктах социокультурной практики,

локализованных в определенных территориальных границах [6]. Очевидно, что городское пространство и его уникальные качества находят свое отражение в формировании личности или в специфике городского сообщества.

В последнее время в отечественной науке довольно часто встречаются теоретические обоснования феномена городской идентичности. Но в связи с тем, что проблема выделения оснований идентичности городского сообщества вошла в сферу интересов философов, культурологов, социологов относительно недавно, до сих пор в отечественной гуманитарной науке не создан механизм, при помощи которого можно было бы провести систематизацию и полноценный эмпирический анализ всех основных аспектов и форм идентичности городского жителя.

Как представляется, данная проблема связана с тем, что город – это постоянная динамика, взаимопроникновение в социокультурное пространство норм, ценностей и образов жизни различных групп. Вхождение в городское сообщество не обязательно осознается как ментальное единство, а происходит опосредовано, через социализацию в определенном внутригородском сообществе, этнической группе и т.д. В городской среде сталкиваются два разнонаправленных потока: с одной стороны, сегрегация как социокультурное обособление групп, а с другой – ассимиляция как социокультурные растворения индивидов в группах [7]. В то же время уникальный образ города в сознании его жителей обеспечивается целостностью историко-культурного развития и самобытностью всех форм экономической, политической, социальной и культурной деятельности.

Образ города в восприятии его жителя носит ярко выраженный субъективный характер. Н. С. Дягилева отмечает, что у горожанина существует «свой город» (связанный с субъективными переживаниями и воспоминаниями, с местами, имеющими личное значение) и существует «наш город» (это коллективный образ города, субъектом которого является городское сообщество, члены которого идентифицируют себя с ценностями данной территории)» [3]. В некоторых городах на первый план выходит понятие «наш город». Чаще всего это города с ярко выраженной культурно-исторической городской самобытностью. У жителей других городов на первом месте стоит восприятие «своего города», где этническая, конфессиональная, субкультурная личностная принадлежность в самосознании человека соотносится с индивидуальными качествами, а принадлежность к городскому сообществу маркирует гражданскую позицию. Такой тип идентичности характерен для жителей относительно «молодых» городов, не имеющих большого исторического и культурного прошлого. Население города Оренбурга, сформировавшегося и развивающегося как индустриальный и сельскохозяйственный областной центр, как представляется, в большинстве своем относится к последнему идентификационному типу. Подтверждение данной гипотезы находит свое отражение в результатах проведенного преподавателями кафедры философии и культурологии Оренбургского государственного университета (далее – ОГУ) в апреле-июне 2017 года при финансовой поддержке РФФИ и Правительства Оренбургской области (грант № 17-13-56001) эмпирического исследования по выявлению особенностей восприятия города Оренбурга его жителями. Респондентами выступили студенты 2-3 курсов ОГУ. Программа исследования «включает в себя три блока: когнитивный блок, отражающий знания респондентами истории, особенностей политического, социально-экономического, культурного развития города; аксиологический блок, отражающий личностную позицию горожанина по отношению к городу; прагматический блок, направленный на определение оценки респондентами города с позиций витальных параметров среды и личностных перспектив» [4].

Анализ результатов данного исследования и его значения для улучшения социокультурной городской среды детально представлен в работах Н. М. Мухамеджановой «История и культура Оренбурга в восприятии его жителей» [Там же], «Образ города Оренбурга в восприятии его жителей» [5] и др. Анкетирование также дало достаточный эмпирический материал для того, чтобы поставить дополнительную исследовательскую задачу, заключающуюся в апробировании нового алгоритма определения ментальных, смысловых, ценностных и материальных оснований самоотождествления жителя с городским сообществом на примере населения города Оренбурга.

Новизна исследования заключается в том, что в его основу впервые положена трактовка полученного эмпирического материала посредством разделения трех понятий: «городская идентичность», «идентичность города» и «идентичность с городом». Анализ разной смысловой наполненности рассматриваемых терминов представлен в работе Н. С. Дягилевой [3]. По мнению исследователя, «если в первом случае имеются в виду представления жителей города о себе как о жителях именно этого своего города, то во втором случае речь идет о представлениях о городе, в которых описывается его сущность, специфика, особенности, сходства и различия с другими городами. А «идентичность с городом» – это психологический конструкт, часть персональной идентичности личности, когда город воспринимается как контекст индивидуальной биографии индивида» [Там же, с. 55]. Как представляется, такая дифференциация позволяет вместить все многообразие элементов городской социокультуры, влияющих на идентификацию городского жителя. Итак, не касаясь всей полноты проведенного анализа, в данном случае представляется возможным отразить лишь те результаты, которые непосредственно показывают основные элементы формирования полноты и глубины идентичности оренбуржцев и позволяют продемонстрировать эффективность заявленного алгоритма исследования.

Обязательным условием для формирования «идентичности города» является наличие у человека образа города. Устойчивый образ города и его восприятие на уровне собственного или коллективного опыта основывается на знании исторических событий, наиболее ярких представителей городского сообщества, общего архитектурного облика, уникальных городских социокультурных черт и т.д. Для того чтобы выявить ключевые для горожан атрибуты образа города, в анкету были внесены вопросы, отражающие знание и отношение респондентов к специфическим чертам городской культуры. Результаты исследования позволили сделать вывод о том, что у большинства опрошенных образ города в основном базируется на современных визуальных, социокультурных, политических, экономических ориентирах и не затрагивает исторического

прошлого города. Большинство ответивших (46,25%) смогли вспомнить лишь одно историческое событие, связанное с городом, многие (25%) не смогли назвать значимых исторических событий, затруднились с именами персоналий, вошедших в историю (10%), но достаточно хорошо знали современников (Ю. А. Гагарина упомянули 60,41%), действующих политиков (71,66%). Студенты в первую очередь выделяют в современной городской среде предприятия («Газпром» – 60%, ПО «Стрела» – 40,83%), затем здания (драматический театр – 55%, театр музыкальной комедии – 33,75%), культурные зоны, делающие город, по их мнению, самобытным и уникальным. Хочется отдельно отметить отсутствие у большинства знаний об исторической или культурной ценности того материального и нематериального культурного наследия, которое, с их точки зрения, отличает город Оренбург от других городов («только 27% опрошенных продемонстрировали некоторую осведомленность в вопросах культурного наследия» [4]). Немало (41%) опрошенных вообще считают, что город ничем от других городов не отличается.

Вопросы, которые можно отнести к категории, отражающей «идентичность с городом», вызвали наибольший отзыв и показали индивидуальную заинтересованность респондентов. Отталкиваясь от утверждения Э. Гидденса о том, что в сознании каждого горожанина сформировано собственное пространство города, основанием для формирования которого являются места для осуществления ежедневных практик, можно выделить факторы, определяющие идентичность с городом [1]. Ученый выделяет три главных типа локаций, которые определяют жизненное пространство человека в рамках городской среды. Это место жительства, место работы и место проведения свободного времени. Идентичность с городом также можно определить посредством таких факторов, как место рождения, время проживания в определенной среде, фактор социальных взаимосвязей, удовлетворенности политической, социальной, экономической ситуацией в городе, состоянием городской инфраструктуры и т.д. Ответы на вопросы из данной категории, так или иначе, демонстрировали превалирование собственного, индивидуального образа города у опрошенных. Наиболее привлекательными для них представляются районы города, являющиеся традиционными центрами проведения досуга горожан (ул. Советская – 60,41%, парк «Зауральная роща» – 21,25%). Место учебы, то есть комплекс ОГУ, называют одним из культурных центров города 5,41%, при этом более ценные с точки зрения культурной и исторической значимости места либо редко упоминаются, либо вообще отсутствуют в ответах. Негативный образ города также связан в первую очередь с факторами, касающимися личной заинтересованности. Так, к отрицательным чертам городского пространства относят плохие дороги (32,91%), экологию (22,91%), транспортную доступность (16,25%), обилие старой застройки (8,75%) и т.п. Значит, в сознании жителя современного Оренбурга образ города представлен на уровне формулировки «мой город». Опыт и суждения о городской социокультурной среде горожане черпают из личного окружения. Оценка города и городского сообщества осуществляются сквозь призму норм, ценностей и образов жизни своей социальной группы.

Что касается непосредственно городской идентичности, то именно данная категория составляет суммарный итог всего опыта, накопленного человеком в результате проживания в городе. В основе такой идентичности лежат представления человека о месте, в котором он живет, о себе и жителях именно этого места. Так, люди ощущают свою принадлежность к определенному месту в символическом пространстве населенного пункта, имеющего собственные особенности, например, языковые отличия, образ жизни, взгляды, внешний облик и т.д. В этом заключается специфика идентификации городского жителя. «Не каждый может легко выразить свою систему представлений, лежащих в основе идентификации, для обычного человека этот дискурс часто выступает в качестве некоего сложно выразимого чувства, ощущения, но редко – в виде сформулированных утверждений» [8, с. 165]. Городское же пространство ощутимо и наглядно. Интерпретация себя в качестве жителя конкретного города предполагает определенный набор объяснений, почему я такой и чем я / мы отличаемся от жителей других городов.

К сожалению, как свидетельствуют результаты исследования, опрошенные, согласившиеся с тем, что у жителей есть какие-то общие отличительные черты (45,83%), затруднились ответить, что они собой представляют. Остальные (31,25%) посчитали, что таких отличий вообще нет. Почти половина респондентов (43,33%) не ответила на вопрос о том, чем может гордиться город Оренбург. При этом основная масса студентов (59,58%) утвердительно ответила на вопрос, любят ли они город Оренбург. В условиях слабой городской идентичности данный ответ демонстрирует «идентичность с городом», когда любовь к городу отражает в первую очередь любовь человека к семье, субкультурному сообществу, даже к городскому району. Характерно, что от жителя Оренбурга можно услышать, что город в целом ему не нравится, но свой район, улицу он любит, отделяя их от городского пространства.

Таким образом, результаты анкетирования отразили типичную для многих российских провинциальных городов ситуацию и подтверждают теорию В. Л. Глазычева о том, что развитие городов современной России осуществляется по принципу «слободизации» как сосуществования локальных, обособленных «общин». «В России не было и нет городов, если под городом понимать прежде всего социальную организованность граждан» [2]. Оренбург, как и множество городов России, прирастает за счет переселения людей из окрестных деревень и населенных пунктов. Основная часть населения представлена городскими жителями в первом, втором или третьем поколении. В этой ситуации становятся понятны причины слабо развитой городской культуры горожан, не осознающих своего ментального, символического, исторического, культурного единства ни с общим пространством города, ни с другими его жителями. Между тем отсутствие городской идентичности формирует потребительское отношение к городской среде и нежелание работать на улучшение социокультурной ситуации в городе. Об этом свидетельствует хотя бы тот факт, что немалая часть студентов, принявших участие в опросе (61,25%), не видят своих дальнейших перспектив в городе. Не хотели бы остаться в Оренбурге 26,25% опрошенных. Респонденты же, продемонстрировавшие хорошее знание истории и культуры города

и области, выразили заинтересованность дальнейшей судьбой города и готовность повышать его потенциал. Примечательно, что на вопрос: что бы Вы хотели изменить в городе? – большинство дало ответы прагматичного характера. Например, дороги (24,16%), экологию (14,58%), общественный транспорт (11,25%) и т.д.

Итак, городская идентичность сегодня становится значимой формой сохранения социокультурной уникальности, а значит, одной из важных задач современного общества является создание в сознании жителей объединяющего, устойчивого, общего образа города. Решение данной задачи возможно посредством анализа доминирования в сознании горожан одной из трех представленных идентификационных форм. Впервые приведенное в статье последовательное исследование глубины и полноты восприятия городского сообщества сквозь призму понятий «идентичность города», «идентичность с городом», «городская идентичность» позволило, с одной стороны, выявить причины слабой городской идентичности жителей города Оренбурга, с другой – продемонстрировать эффективность и правомерность дальнейшего использования выведенного автором в статью алгоритма анализа особенностей городской идентичности каждого уникального самобытного города.

Список источников

1. Гидденс Э. Устроение общества: очерк теории структуризации. М.: Академический Проект, 2005. 528 с.
2. Глазычев В. Л. Город России на пороге урбанизации [Электронный ресурс]. URL: http://www.glazychev.ru/habitations&cities/1995_gorod_rossii_na_poroge_urban.htm (дата обращения: 16.07.2018).
3. Дягилева Н. С. Теоретические аспекты городской идентичности [Электронный ресурс]. URL: <http://elar.urfu.ru/bitstream/10995/22420/1/geobrand-2013-12.pdf> (дата обращения: 16.07.2018).
4. Мухамеджанова Н. М. История и культура Оренбурга в восприятии его жителей [Электронный ресурс]. URL: <http://elib.osu.ru/bitstream/123456789/5770/1/1629-1636.pdf> (дата обращения: 16.07.2018).
5. Мухамеджанова Н. М. Образ города Оренбурга в восприятии его жителей [Электронный ресурс]. URL: <http://elib.osu.ru/bitstream/123456789/5791/1/1637-1644.pdf> (дата обращения: 16.07.2018).
6. Орлова Е. В. Социокультурное пространство: к определению понятия [Электронный ресурс] // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2017. № 7 (81). С. 149-152. URL: http://scjournal.ru/articles/issn_1997-292X_2017_7_39.pdf (дата обращения: 16.07.2018).
7. Парк Р. Э. Городское сообщество как пространственная конфигурация и моральный порядок // Социальные и гуманитарные науки за рубежом. Серия 11. Социология. 2000. № 3. С. 136-150.
8. Регионы России в XXI веке: пространственные измерения и социальные трансформации: коллективная монография / отв. ред. А. В. Иванов. Саратов: Издательский центр «Наука», 2015. 240 с.
9. Relph E. Place and placelessness. L.: Pion, 1976. 156 p.

SOCIO-CULTURAL FOUNDATIONS OF URBAN IDENTITY (BY THE EXAMPLE OF ORENBURG)

Orlova Elena Valentinovna, Ph. D. in Philology
Orenburg State University
orle-@mail.ru

The article substantiates the relevance of fundamental and applied research in the framework of the systematization of the main aspects and forms of urban identity. Analysing the results of an empirical study of the city's socio-cultural image in the perception of Orenburg inhabitants through the lenses of the notions "urban identity", "identity of the city", "identity with the city", the author demonstrates that the cause of weak urban identity is the lack of spatial experience, including the knowledge of social, cultural and historical uniqueness of the territory.

Key words and phrases: identity; socio-cultural space; urban identity; city; socio-cultural space of city; image of city; Orenburg.

УДК 165.12; 165.24

Дата поступления рукописи: 15.09.2018

<https://doi.org/10.30853/manuscript.2018-11-2.22>

В данной статье рассматривается познавательное измерение образования как некоторое испытательное пространство, формирующее горизонты восприятия действительности и критерии истинности. Подчеркивается, что процесс становления субъекта познания имеет экзистенциальные последствия, обретение знаний выступает как обретение само-бытности. Автор отмечает опасные тенденции в современных трансформациях образования, связанные с инфантилизацией субъекта, созданием у него иллюзорных представлений о своем познавательном статусе.

Ключевые слова и фразы: испытание знанием; познавательное измерение образования; субъект познания; ценности образования; «лабораторность» образования; инфантилизация субъекта образования.

Палей Елена Вадимовна, к. филос. н.
Ивановский государственный химико-технологический университет
ev-paley@mail.ru

ИСПЫТАНИЕ ЗНАНИЕМ: ОБРАЗОВАНИЕ КАК ФОРМИРОВАНИЕ СУБЪЕКТА ПОЗНАНИЯ

Испытание знанием как проблема. Современная образовательная ситуация представляется крайне противоречивой и в теоретическом, и в практическом измерении. Глубина существующего кризиса