

5. TeamViewer – удаленная поддержка, удаленный доступ, служба поддержки, совместная работа и совещания [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.teamviewer.com/ru/>. – Дата доступа: 30.09.2020.

6. *Аксюхин, А. А.* Электронная информационно-образовательная среда вуза на базе системы управления обучением Moodle // Развитие системы высшего образования в сфере культуры : научный и образовательный опыт : материалы междунар. науч.-практ. конф. (г. Орел, 26–27 марта 2015 г.) / гл. ред. Н. А. Паршиков. – Электрон. текстовые дан. (6,5 Мб). – Орел : Орлов. гос. ин-т искусств и культуры, 2015. – 1 электрон. опт. диск (CD-ROM). – Текст : непосредственный.

## **АНАЛИЗ ПОНЯТИЙ «ГОРОДСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ» И «ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ» В КОНТЕКСТЕ ГОРОДСКОЙ КУЛЬТУРЫ**

*Т. Е. Алексю,*

*аспирант Белорусского государственного  
университета культуры и искусств*

Современные города более мультикультурны и гетерогенны в культурном отношении, чем когда-либо. Заметны влияние всемирного рынка и глобализации на развитие городских территорий, стремительная урбанизация и переход из культуры сельской (традиционной) в культуру городскую, за которыми последовал кризис не только личностной идентичности, но и идентичности городской среды. Поэтому управление и сохранение местного наследия и ценностей стали важным аспектом развития современных городов.

В белорусском научном сообществе теме идентификации и идентичности уделено большое внимание. Приоритетные темы – национальная и этническая идентичность. Однако нас интересует частный случай проявления так называемой локальной идентичности – городская.

Идентичность места является важным аспектом социальной и культурной жизни в городах, и целостность идентичности места тесно связана с привязанностью к нему и чувством принадлежности. В экологической психологии [8] принято считать, что люди внутренне стремятся развить чувство принад-

лежности к месту. Все это имеет решающее значение для установления эмоциональной и когнитивной связи с городом, что приводит к чувству безопасности и чувству общности. Таким образом, идентичность места – это нечто большее, чем просто физический облик, так как включает в себя «смысловой» компонент для индивида и сообщества. В настоящей статье мы рассмотрим феномен городской идентичности и его соотношения и взаимосвязь с процессом персонализации [2].

Общее у этих феноменов заключается в ощущении связи с городом и его жителями, приданием смысла пространству города и его культурным формам. Однако почему мы не можем поставить знак тождества между понятиями «городская идентичность» и «персонализация»?

Слово идентичность происходит от латинского «*identitas*» и определяется как «факт бытия того, кем или чем является человек или вещь» [1]. М. Кастельс определяет идентичность как «источник смысла и опыта людей» [7]. Для С. Хантингтона идентичность – это самотождественность или «смысл себя» [10]. Другими словами, идентичность – это субъективное чувство соответствия себе.

Разновидность локальной идентичности [6] – городская – является результатом сложных отношений между индивидуальным «Я», идентичностью места и городской средой. Город – это продукт непрерывного взаимодействия между физической средой и социальной жизнью; его образ отражает опыт, убеждения и ценности сообществ. Следовательно, идентичность городского места – это совокупность как физических, так и социальных отличительных черт, присущих только ему.

В общем виде понятие «городская идентичность» можно охарактеризовать как «компонент социальной идентичности личности, социокультурный конструкт, формируемый в результате идентификации человека с конкретной городской общностью и определяемый усвоением и воспроизводством символического капитала города, социальных норм и стиля жизни, объединяющих жителей данного города» [5, с. 56].

К символическому капиталу идентичности относим [5, с. 54]: образ города, знаковое место, локальные мифы, локальные истории, городской символ. Репрезентация и демонстра-

ция этих факторов отражается в жизни горожанина через осознание уникальности города, сплоченность городского сообщества, использование уникальной топонимики и лексики для этого городского сообщества, модели поведения, создание культурных объектов и прочее [5, с. 57–58], показывая тем самым уровень проявления городской идентичности.

Многие исследования акцентируют внимание на образе города как на основном источнике городской идентичности. Образ города содержит в себе объективированные характеристики: памятники культуры и артефакты, имена известных художников и городских деятелей, которые имеют ценностно-смысловую, эмоциональную нагрузку для жителей города. Отождествляя себя с ними, горожанин идентифицирует себя как жителя именно этого города.

Имея представление о месте, в котором он живет, о людях и событиях, окружающих его, горожанин ощущает принадлежность к городу, подкрепляя это ощущение локальными мифами и топонимами, образом жизни и взглядами и т. д., то есть характеристиками символического пространства города. Аккумулируя накопленный опыт горожан, городская идентичность становится «устойчивым представлением человека о себе как о жителе именно этого города, естественным ощущением своей связи с городом, эмоциональным отношением к факту собственной соотнесенности с городом и его жителями, некое сложно артикулируемое чувство общей судьбы» [4].

Городская идентичность во многом поддерживается культурными практиками, которые придают городу неповторимый шарм и отражают его «душу». Показательно, как глобализация повлияла на чувство локальной самобытности, вызвав процесс локализации некоторых территориальных культур. Современные города – это кладезь разнообразных культурных событий, традиций и другой деятельности по созданию культурных объектов, все это наполняет наши города смыслом и делает «видимым» и осязаемым дух города. Из этого следует чувство сопричастности к месту и людям в городе.

Разнообразие действенных форм городской культуры (городские практики, мероприятия, социокультурные институты и т. п.) позволяет человеку проявить себя, сделать город «сво-

им» – персонализировать. Субъективная реальность города, которая формируется в сознании индивидов, является «нашим отношением к тому, что мы имеем, к тому, что нас окружает, в процессе о-своения, о-владения нами имеющихся возможностей удовлетворения потребностей и реализации желаний и целей» [9]. Следовательно, персонализировать пространство – проявлять творческую активность – значит преодолеть свою конечность бытия и оставить свой след в городе, зафиксировав себя в его пространстве.

Посредством персонализации индивид способен выразить свою индивидуальность в контексте пространственных отношений. Выделение какого-либо элемента города и определение его как своего, соотнесения себя с ним дает возможность индивиду отличать себя от других, позволяет положительно проходить процесс идентификации и самоопределения с тем или иным городским сообществом [3]. В случае невозможности персонализации среды у индивида появляется чувство чужеродности среды, отчужденности от нее, что, в свою очередь, ведет к ощущению индивидом неуверенности и незащищенности.

Итак, ответ на вопрос, почему мы не ставим знак равенства между понятиями «городская идентичность» и «персонализация», состоит в том, что персонализация играет важную роль на пути к идентификации людей с городом. Персонализация становится источником для формирования образа города в сознании горожан, в наполнении городского культурного ландшафта и культуры города, в формировании так называемого культурологического портрета города. Все это необходимые составляющие символического капитала идентичности. Персонализируя городскую культуру и принимая активное участие в жизни города, горожане придают дополнительные ценностно-смысловые характеристики событиям, местам в городе. Так появляется «свой» и «наш» город, рождается образ города, что впоследствии влияет на отождествление себя с городом – городской идентификации: появляются могилевчане, витебчане и так далее.

---

1. Oxford Learner's Dictionaries [Electronic resource]. – Mode of access: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/academic/identity>. – Date of access: 18.08.2020.

2. *Алексо, Т. Е.* Персонализация городской культуры: аксиологический аспект / Т. Е. Алексо // Весн. Беларус. дзярж. ун-та культуры і мастацтваў. – 2020. – № 1 (35). – С. 37–44.

3. *Алексо, Т. Е.* Технология персонализации урбанистической культуры (на примере фестиваля «Большой городской пикник», г. Могилев) : магистерская дис. / Т. Е. Алексо // Электронная библиотека БГУ [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/200536>. – Дата доступа: 19.08.2020.

4. *Горнова, Г. В.* Структура городской идентичности / Г. В. Горнова // КиберЛенинка – научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – 2018. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/struktura-gorodskoy-identichnosti>. – Дата доступа: 20.08.2020.

5. *Дягилева, Н. С.* Теоретические аспекты городской идентичности / Н. С. Дягилева // Брендинг малых и средних городов России: опыт, проблемы, перспективы. – Екатеринбург : УрФУ, 2013. – С. 54–59.

6. *Евсеенкова, Е. О.* Модальность городской идентичности / Е. О. Евсеенкова // КиберЛенинка – научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – 2014. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/modalnost-gorodskoy-identichnosti/viewer>. – Дата доступа: 20.08.2020.

7. *Кастельс, М.* Информационная эпоха: Экономика, общество и культура / Мануэль Кастельс ; пер. с англ. ; под науч. ред. О. И. Шкаратана. – М. : ГУ ВШЭ, 2000. – 607 с.

8. *Панов, В. И.* Экологическая психология: Опыт построения методологии / В. И. Панов. – М. : Наука, 2004. – 197 с.

9. *Пирогов, С. В.* Топология городской жизни / С. В. Пирогов // КиберЛенинка – научная электронная библиотека [Электронный ресурс]. – 2010. – Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/article/n/topologiya-gorodskoy-zhizni>. – Дата доступа: 23.08.2020.

10. *Хантингтон, С.* Кто мы?: Вызовы американской национальной идентичности / С. Хантингтон ; пер. с англ. А. Башкирова. – М. : АСТ, 2004. – 635 с.