



DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2023.4.9>

UDC 1:316.334.56
LBC 87.524.1



Submitted: 18.10.2023
Accepted: 16.11.2023

THE CITY AS A CULTURAL PHENOMENON UNDER CONDITIONS OF SOCIAL TRANSFORMATION

Viktoriya A. Khrapova

Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation

Valentina A. Komova

Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation

Abstract. The article presents the experience of studying the city as a cultural phenomenon under the conditions of modern social dynamics. As an artificially created space in which the achievements of civilization are concentrated, the city creates special conditions for a person, the development and improvement of which occur together with the change of the urban environment. The phenomenological approach makes it possible to identify the features of the interaction between a person and the environment and establish factors that allow optimizing social processes during the transformation period. P. Bourdieu's theory of symbolic capital made it possible to substantiate the increasing role of culture in the conditions of the formation of an information society. Modern urban culture is formed in the sphere of "between" disappearing and emerging forms. Its role is to clarify the meaning; its function is to coordinate, synchronize, balance, establish rational consensus, and justify changes that meet the goals of self-preservation for man and society. The values and meanings developed in the process of the formation of the city and defining the features of the lives of citizens determine the status of the city and its role in resolving the contradictions of the modern world. In the human mind, the city lives as an image – a uniquely formed set of identification values characterizing the urban space, or a symbol with a deep meaning referring to the historical and cultural context associated with a particular territory. As a cultural phenomenon, the city has internal and external dimensions. The internal dimension is determined by the development of identification strategies, an important part of which is the development of unique practices in which life-preserving meanings are encoded, proceeding from the presupposed knowledge of the organic connection of man, society, and the environment – their interdependence. The external dimension is connected with the role of the city in the surrounding space; it is a response to its symbolic sound in the programs on a larger scale.

Key words: city, culture, social transformation, person, society, cultural strategies, optimization.

Citation. Khrapova V.A., Komova V.A. The City as a Cultural Phenomenon Under Conditions of Social Transformation. *Logos et Praxis*, 2023, vol. 22, no. 4, pp. 88-98. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2023.4.9>

УДК 1:316.334.56
ББК 87.524.1

Дата поступления статьи: 18.10.2023
Дата принятия статьи: 16.11.2023

ГОРОД КАК КУЛЬТУРНЫЙ ФЕНОМЕН В УСЛОВИЯХ СОЦИАЛЬНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

Виктория Анатольевна Храпова

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград, Российская Федерация

Валентина Александровна Комова

Волгоградский государственный университет, г. Волгоград, Российская Федерация

Аннотация. Статья представляет собой опыт исследования города как культурного феномена в условиях современной социальной динамики. Как искусственно созданное пространство, в котором сконцентрированы

достижения цивилизации, город создает особые условия для человека, развитие и совершенствование которого происходит вместе с изменением городской среды. Феноменологический подход позволяет выявить особенности взаимодействия человека и среды, установить факторы, способствующие оптимизации социальных процессов в период трансформации. Обращение к теории символического капитала П. Бурдьё сделало возможным обоснование возрастающей роли культуры в информационном обществе. Современная городская культура формируется в сфере «между» исчезающих и появляющихся форм. Ее роль – прояснение смысла, ее функция – согласование, синхронизация, установление баланса, рационального консенсуса, обоснование изменений, отвечающее целям самосохранения человека и общества. Ценности, значения и смыслы, выработанные в процессе становления города и определяющие особенности жизнедеятельности горожан, определяют статусную состоятельность города, его роль в разрешении противоречий современного мира. В сознании человека город живет в качестве образа – уникально сложившейся совокупности идентификационных значений, характеризующих городское пространство, или символа, обладающего глубинным смыслом, отсылающим к историко-культурному контексту, связанному с конкретной территорией. 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. Внешнее измерение связано с ролью города в окружающем пространстве, это отклик на его символическое звучание в программах большего масштаба.

Ключевые слова: город, культура, социальная трансформация, человек, общество, культурные стратегии, оптимизация.

Цитирование. Храпова В. А., Комова В. А. Город как культурный феномен в условиях социальной трансформации // *Logos et Praxis*. – 2023. – Т. 22, № 4. – С. 88–98. – DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2023.4.9>

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» [Горнова 2013, 21]. Город представляет собой сложное комплексное образование, сформированное взаимодействиями и взаимовлияниями природной, техногенной и социальной среды [Горнова 2014].

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 государства [Бродель 2007, 479]. Каждому типу свойственны свои формы жизнедеятельности, социальной организации и специфическое мировосприятие горожан. Вместе с тем существует общая специфика горо-

да 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 концентрации [Новикова 2021].

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 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 ста-

новится 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 он в книге «Пути изучения города как социального организма» [Анциферов 1926, 13].

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» [Вахштайн * 2014, 14]. 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 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, глокальное заполняет описанный разрыв путем создания рыночной ниши: «Локальное, желающее, чтобы его услышали, словно обречено стать товаром, персонажем, этикеткой и тем самым

* Включен в единый реестр физических лиц и организаций, признанных иностранными агентами в Российской Федерации.

зацементировать себя в этой локальности» [Смирнов 2016, 51]. 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 коды.

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» [Башляр 2004, 26]. 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 необходимость «настроиться на интенциональность природы, на жизнь и цели объектов, их активную роль в утонченностях опыта, на эффект присутствия» [Мохеу 2008, 133].

Во внутреннем мире человека «город предстает как целостный феномен во всем своем многообразии» [Горнова 2014, 5] 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 повседневность порождает общее ментальное поле. Образ города заключает 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. 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 бытия [Соловьева 2012]. 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 – ориентиров.

Как отметил С.В. Пирогов, в настоящее время социо-гуманитарные исследования го-

рода 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» [Пирогов 2011, 31]. 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» [Смирнов, 2016, 44]. В городском пространстве формируется благоприятная среда для сосуществования различных дискурсивных практик, происходит стыковка социальных, культурных, профессиональных, стилевых кодов. Их перекодировка и сочетания 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» [Пирогов, 2013, 60]. 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 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 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. «Хипстерский урбанизм раскрашивает в яркие цвета заборы и устанавливает на каждом углу контейнеры для сортировки мусора. Заброшенные промзоны становятся очагами общественной жизни. Постиндустриальные трущобы оккупируются представителями креативного класса и образуют новый творческий кластер. Несмотря на тщательно культивируемую идеологию *livability*, это история не про жилье, но и не про рабочие места – это, скорее, про те пространства, где люди могут встречаться и общаться друг с другом (от дворов до центральных парков)» [Вахштайн 2014, 14].

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 результат [Смирнов, 2016, 39]. Логика репрезентации заменяется логикой производства и множественного сосуществования. 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 определенную когнитивную систему – картину мира. В свою очередь, та или иная когнитивная модель города, то есть форма его представленности в сознании, задает форму его восприятия, видения, а значит, и способ “работы” с ним, то есть систему решений по организации и управлению городской жизнью» [Пирогов 2011, 36].

«Образ увлекает и вовлекает, но восприятие гибко и многогранно. Среда предлагает различия и отношения, а наблюдатель – выбирает, организует и наделяет значением то, что видит. Он способен играть активную роль в восприятии и созидательную в создании образа» [Храпова, Латышева 2020, 103]. 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

всепроницающую симпатию, которая единственная делает естественный порядок жизни доступным восприятию и дает знание естественных законов» [Орлов 1992, 23].

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.

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 активности [Пирогов 2013].

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 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 функция – преобразование. Теория символического капитала впервые была обоснована в трудах П. Бурдьё, который определил его как особую форму, существующую в сознании – как «капитал представляемый (то есть воспринимаемый) символически в связи с неким знанием или, точнее, узнаванием» [Бурдьё 2002, 60]. 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.

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 соглашения

[Бурдьё 2002]. 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.

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 условиям [Аникин 2013]. 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 капиталов [Демидова 2014, 32]. В качестве перспективы развития символического капитала выступает информационное накопление, ведущее к повышению значимости определенной общности для мирового сообщества, других государств [Демидова 2014].

Н.Г. Федотова определяет символический капитал города как «совокупность значений (смыслов), которые обеспечивают ему узнаваемость, известность, престиж, доверие со стороны различных социальных групп» [Федотова 2018а, 143]. «Накопление символического капитала, – пишет Д. 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» [Аникин 2013, 285].

Символический капитал города сконцентрирован в конкретных составляющих: уникальное производство, бренд, известные личности, природные особенности, история и культура. Однако «символический капитал города – это не сам городской миф или памятник, а его известность или значимость, формирующая представления людей о наличии в городе благоприятных условий для жизни и рабо-

ты или гарантирующая яркие впечатления после его посещения» [Федотова, 2018а, 144]. Н.Г. Федотова обращает внимание на то, что город существует в нашем воображении. Причем этот «гиперкосмос с сетями и коммуникациями обретает все большую власть над реальной территорией» [Федотова, 2018б]. 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 коммеморации [Вандышев, Веселкова, Прямякова 2013]. 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 эмоциональную сферу, 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 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 прак-

тических 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» [Храпова, Латышева 2020, 103].

Культура города создается в процессе жизнедеятельности, оттачивается в языке. Как показал П. Бурдьё, городские повествования появляются в результате пересечения интересов разных субъектов и групп [Бурдьё 2007]. 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.

Современная городская культура формируется в динамике, процессах трансформации в сфере «между» исчезающих и появляющихся форм. Ее роль – прояснение смысла, ее функция – транснадежность – согласование, синхронизация, баланс, рациональный и разумный консенсус, обоснование изменений, отвечающих целям самосохранения человека и общества. Создание такой культуры – задача нового поколения.

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 знаком, обладающим глубинным смыслом, отсылающим к

историко-культурному контексту, связанному с данной территорией, превосходящим утилитарность повседневности, преодолевающим разобщенность локальных образов.

Город как 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 – поскольку усваиваемые с детства социальные нормы – это нормы ближайшего окружения, а образ города обязательно включает в себя представления о нормах поведения;

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» [Храпова, Комова 2022, 98]. Внешнее измерение связано с ролью города в окружающем пространстве, это отклик на его символическое звучание в программах большего масштаба. Наверное, это имел в виду В.С. Вахштайн, когда писал, что «Шереметьево, Домодедово и Внуково (центры связи с глобальным мировым пространством. – В. Х.) делают Москву Москвой больше, чем многие объекты, географически расположенные на ее территории» [Вахштайн, 2014, 28]. Об этом думал Д.С. Лихачев, когда говорил о Петербурге как интеллектуальной и культурной столице миро-

вого масштаба, самом русском среди русских и самом европейском среди европейских городов [Лихачев 2015].

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 отношений [Пелипенко 2012]. 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» [Новикова 2021, 19].

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Аникин 2013 – *Аникин Д.А.* Социальная память как символический капитал // Научные ведомости. Серия Философия. Социология. Право. 2013. № 9 (152), вып. 24. С. 282–287.
- Анциферов 1991 – *Анциферов Н.П.* Непостижимый город. Душа Петербурга. Петербург Достоевского. Л.: Лениздат, 1991.
- Башляр 2004 – *Башляр Г.* Поэтика пространства // Избранное: Поэтика пространства. М.: РОССПЭН, 2004. С. 7–212.
- Бродель 2007 – *Бродель Ф.* Материальная цивилизация, экономика и капитализм, XV–XVIII вв. Т. 1. Структуры повседневности: возможное и невозможное. М.: Весь мир, 2007.
- Бурдые 2002 – *Бурдые П.* Формы капитала // Экономическая социология: электронный журнал. 2002. Т. 3, № 5. С. 60–74.
- Бурдые 2007 – *Бурдые П.* Социология социального пространства. М.: Ин-т экспериментальной социологии; СПб.: Алетейя, 2007.
- Вандышев, Веселкова, Прямикова 2013 – *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. XVI. № 3 (68). С. 101–110.
- Вахштайн 2014 – *Вахштайн В.С.* Пересборка города: между языком и пространством // Социология власти. 2014. № 2. С. 9–38.

- Горнова 2013 – Горнова Г.В. Понятие «Город» в аспекте философии культуры // Гуманитарные исследования. 2013. № 1. С. 21–24.
- Горнова 2014 – Горнова Г.В. Философия города. М.: ФОРУМ, ИНФРА-М, 2014.
- Демидова 2014 – Демидова М.В. «Символический капитал» Бурдье и «Капитал» Маркса // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2014. № 11. С. 27–32.
- Лихачев 2015 – Лихачев Д.С. Заметки к интеллектуальной топографии Петербурга в первой четверти двадцатого века // Избранные работы по русской и мировой культуре. СПб.: СПбГУП, 2015. С. 208–215.
- Новикова 2021 – Новикова О.В. Философия города: к проблеме человекомерности городского пространства // Журнал Белорусского государственного университета. Философия. Психология. 2021. № 2. С. 12–20.
- Орлов 1992 – Орлов Г.А. Древо музыки. Вашингтон: Н.А. Frager & Co; СПб.: Сов. композитор, 1992.
- Пелипенко 2012 – Пелипенко А.А. Постигание культуры Ч. И. Культура и смысл. М.: РОССПЭН, 2012.
- Пирогов 2011 – Пирогов С.В. Город как феномен культуры: когнитивный подход // Вестник Томского государственного университета. 2011. № 2. С. 31–36.
- Пирогов 2013 – Пирогов С.В. Контуры визуальных исследований города // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 376. С. 59–63.
- Смирнов 2016 – Смирнов Н.А. Искусство действия в городской среде // Городские исследования и практики. 2016. Т. 1, № 1. С. 39–54.
- Соловьева 2012 – Соловьева С.В. Прогулка как феномен легкости бытия // Вестник Самарской гуманитарной академии. Серия: «Философия. Филология». 2012. № 9 (12). С. 85–93.
- Федотова 2018а – Федотова Н.Г. Символический капитал места: понятие, особенности накопления, методики исследования // Вестник Томского государственного университета. Культурология и искусствоведение. 2018. № 29. С. 141–155.
- Федотова 2018б – Федотова Н.Г. Urban imaginary как символический капитал города // Ярославский педагогический вестник. 2018. № 2. С. 228–233.
- Храпова, Комова 2022 – 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. 98–103.
- Храпова, Латышева 2020 – Храпова В.А., Латышева М.А. Архитектурное пространство города как фактор формирования идентичности (на примере города Волгограда) // Logos et Praxis. 2020. Т. 19, № 2. С. 99–105. DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2020.2.10>
- Moxey 2008 – Moxey K. Visual Studies and the Iconic Turn // Journal of Visual Culture. 2008. № 7. P. 131–146.

REFERENCES

- Anikin D.A., 2013. Social Memory as Symbolic Capital. *Nauchnye vedomosti. Seriya Filosofiya. Sociologiya. Pravo*, no. 9 (152), iss. 24, pp. 282-287.
- Anciferov N.P., 1991. *An Incomprehensible City. The Soul of St. Petersburg. Dostoevsky's Petersburg*. Leningrad, Lenizdat.
- Bashlyar G., 2004. Poetics of Space. *Favorites: Poetics of Space*. Moscow, ROSSPEN, pp. 7-212.
- Brodell F., 2007. *Material Civilization, Economy and Capitalism, 15th – 18th Centuries. Vol. 1. Structures of Everyday Life: The Possible and the Impossible*. Moscow, Ves mir Publ.
- Burdye P., 2002. Forms of Capital. *Ekonomicheskaya sociologiya: elektronnyj zhurnal*, vol. 3, no. 5, pp. 60-74.
- Burdye P., 2007. *Sociology of Social Space*. Moscow, In-tekspierimentalnoj sociologii, Saint Petersburg, Aletejya Publ.
- Vandyshchev M.N., Veselkova N.V., Pryamikova E.V., 2013. Places of Memory and Symbolic Capital of Territories in the Mental Maps of Citizens. *Zhurnal sociologii i socialnoj antropologii*, 2013, vol. 16, no. 3 (68), pp. 101-110.
- Vahshhtajn V.S., 2014. Reassembling the City: Between Language and Space. *Sociologiya vlasti*, 2014, no. 2, pp. 9-38.
- Gornova G.V., 2013. The Concept of “City” in the Aspect of the Philosophy of Culture. *Gumanitarnye issledovaniya*, no. 1, pp. 21-24.
- Gornova G.V., 2014. *Philosophy of the City*. Moscow, FORUM Publ., INFRA-M Publ.
- Demidova M.V., 2014. “Symbolic Capital” by Burdye and “Capital” by Marx. *Vestnik Vjatskogo gosudarstvennogo humanitarnogo universiteta*, no. 11, pp. 27-32.
- Lihachev D.S., 2006. Notes on the Intellectual Topography of St. Petersburg in the First Quarter of the Twentieth Century. *Selected Works on Russian and World Culture*. Saint Petersburg, SPbGUP, pp. 208-215.
- Novikova O.V., 2021. Philosophy of the City: On the Problem of Human Dimension of Urban Space. *Zhurnal Belorusskogo gosudarstvennogo universiteta. Filosofiya. Psihologiya*, no. 2, pp. 12-20.
- Orlov G.A., 1992. *Music Tree*. Washington, N. A. Frager & Co; Saint Petersburg, Sov. kompozitor Publ.

- Pelipenko A.A., 2012. *Comprehension of Culture Part 1. Culture and Meaning*. Moscow, ROSSPEN Publ.
- Pirogov S.V., 2011. The City as a Cultural Phenomenon: A Cognitive Approach. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 2, pp. 31-36.
- Pirogov S.V., 2013. Contours of Visual Studies of the City. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*, no. 376, pp. 59-63.
- Smirnov N.A., 2016. The Art of Action in an Urban Environment. *Gorodskie issledovaniya i praktiki*, vol. 1, no. 1, pp. 39-54.
- Solovyeva S.V., 2012. Walking as a Phenomenon of Lightness of Being. *Vestnik Samarskoj gumanitarnoj akademii. Seriya: «Filosofiya. Filologiya»*, no. 9 (12), pp. 85-93.
- Fedotova N.G., 2018a. Symbolic Capital of a Place: Concept, Features of Accumulation, Research Methods. *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kulturologiya i iskusstvovedenie*, no. 29, pp. 141-155.
- Fedotova N.G., 2018b. Urban Imaginary as a Symbolic Capital of the City. *Yaroslavskij pedagogicheskij vestnik*, no. 2, pp. 228-233.
- Hrapova V.A., Komova V.A., 2022. Brand as a Way of Forming the Cultural Status of the City. *Uchenye zapiski Krymskogo federalnogo universiteta im. V. I. Vernadskogo. Filosofiya. Kulturologiya. Politologiya*, no. 3, pp. 98-103.
- Hrapova V.A., Latysheva M.A., 2020. The Architectural Space of the City as a Factor of Identity Formation (On the Example of the City of Volgograd). *Logos et Praxis*, vol. 19, no. 2, pp. 99-105. DOI: <https://doi.org/10.15688/lp.jvolsu.2020.2.10>
- Moxey K., 2008. Visual Studies and the Iconic Turn. *Journal of Visual Culture*, no. 7, pp. 131-146.

Information About the Authors

Viktoriya A. Khrapova, Doctor of Sciences (Philosophy), Professor, Department of Philosophy and Theory of Law, Volgograd State University, Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation, hrapova-v@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5236-9147>

Valentina A. Komova, Postgraduate Student, Department of Philosophy and Theory of Law, Volgograd State University, Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation, vakomova2010@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7010-2596>

Информация об авторах

Виктория Анатольевна Храпова, доктор философских наук, профессор кафедры философии и теории права, Волгоградский государственный университет, просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация, hrapova-v@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5236-9147>

Валентина Александровна Комова, соискатель кафедры философии и теории права, Волгоградский государственный университет, просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация, vakomova2010@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0001-7010-2596>