

# **Объекты культурного наследия в аудиовизуальной среде города как фактор формирования городской идентичности молодежи мегаполисов**

## **Cultural heritage objects in the audiovisual environment of the city as a factor in the formation of the urban identity of the youth of megacities**

### **Магранов А.С.**

Канд. социол. наук, старший научный сотрудник Центра социально-политических исследований Южного федерального университета; ведущий научный сотрудник Южно-Российского филиала Федерального научно-исследовательского социологического центра Российской академии наук  
e-mail: alex\_daredevil@mail.ru

### **Magranov A.S.**

Candidate of Sociological Sciences, Senior Researcher, Center for Socio-political studies, Southern Federal University; Leading researcher, South Russian Branch of the Federal Center of Theoretical and Applied Sociology of the Russian Academy of Sciences  
e-mail: alex\_daredevil@mail.ru

### **Коршунова Д.А.**

Канд. филос. наук, медицинский психолог, Городская больница №4 города Ростова-на-Дону  
e-mail: barbery12@mail.ru

### **Korshunova D.A.**

Candidate of Philosophical Sciences, medical psychologist, City Hospital No. 4 of Rostov-on-Don  
e-mail: barbery12@mail.ru

### **Аннотация**

Города-миллионники обладают не только богатым культурно-историческим наследием, но и большим потенциалом в сферах экономики, образования и т.д. Для реализации этого потенциала, а также сохранения историко-культурного наследия необходимо участие молодежи в жизни города и формирование у них самоидентификации со своим городом. Идентификация человека со своим городом во многом зависит от восприятия особенностей аудиовизуальной среды – именно совокупность визуальных объектов и звукового фона в значительной степени определяет образ города в глазах его жителей. На основе данных прикладного социологического исследования, реализованного при участии авторов, проанализированы знания молодых жителей мегаполисов об основных культурно-исторических объектах в их городах. Рассмотрены особенности и значение интеграции объектов культурного наследия в аудиовизуальную среду мегаполисов.  
**Ключевые слова:** молодежь, город, аудиовизуальная среда, мегаполис, объект культурного наследия, городская идентичность.

## Abstract

Cities with millions of inhabitants have not only a rich cultural and historical heritage, but also a great potential in the fields of economy, education, etc. To realize this potential, as well as to preserve the historical and cultural heritage, it is necessary to involve young people in the life of the city and form their self-identification with their city. The identification of a person with their city largely depends on the perception of the features of the audiovisual environment – it is the combination of visual objects and sound background that largely determines the image of the city in the eyes of its residents. Based on the data of applied sociological study carried out with the participation of the authors, the knowledge of young residents of megacities about the main cultural and historical objects in their cities is analyzed. The features and significance of the integration of cultural heritage objects into the audiovisual environment of megacities are considered.

**Keywords:** youth, city, audiovisual environment, metropolis, the object of cultural heritage, urban identity.

## Введение

Изучением различных аспектов социокультурного пространства города занимаются многие зарубежные и отечественные исследователи. Как отмечает Е.В. Лебедева, «город представляет собой особый тип социальности, сущностной чертой которой является интеграция разнообразных видов жизнедеятельности в единую саморазвивающуюся систему с собственными механизмами поддержания устойчивости и порядка. Удовлетворенность жизнью, успешность самореализации, жизненный комфорт горожанина во многом зависит от городской среды, создаваемой руками, поступками, эмоциями как проживающих на данной территории, так и тех, кто организует и управляет жизнью города» [5, с. 123]. Современные мегаполисы наполнены информацией. Не на последнем месте среди источников, из которых черпает те или иные сведения о своем городе его житель стоят визуальные образы и звуки города, отражающие актуальную социальную и культурную ситуации. Объединяясь в стройную, удобную для восприятия картину они образуют аудиовизуальную среду. «Привлекательность города как места проживания определяется субъективным отношением к нему, основанным на положительных эмоциях, вызванных определенными местами в городской среде, имеющими символическое значение и вызывающими ассоциации» [1, с. 25].

Самоидентификация горожанина с мегаполисом во многом связана с присутствием в аудиовизуальной среде объектов, олицетворяющих историю и культурное наследие города, региона и страны в целом. Культурное наследие представляет собой «часть материальной и духовной культуры, созданная прошлыми поколениями, выдержавшая испытание временем и передающаяся новым поколениям как нечто ценное, почитаемое» [2, с. 56]. Жители городов, в структуре которых отражено его культурно-историческое наследие, в большей степени осведомлены об истории и культурном развитии города. Здесь идет речь о взаимодействии горожан с окружающим городским текстом, несущим в себе определенный смысловой посыл. Таким образом, если городское пространство хорошо организовано, а символические элементы городского образа гармонично вписываются в него, то высока и перманентная культурно-информационная нагрузка на горожан [9].

Формирование комфортного городского пространства с актуализацией культурно-исторического наследия и поиском уникальных элементов городской среды, создающих точки притяжения для горожан, является важным фактором развития территорий. Культурное развитие выступает основой развития человеческого потенциала и формирования базовых ценностей. Это, в дальнейшем, имеет определяющее значение для создания у жителей города готовности к

активными действиями для развития своей малой родины [7]. Однако, исходя из того, что мегаполисы являются крупными городами, достигшими пределов своего развития, существует также и опасность возникновения обратных развитию процессов, а именно стагнации и деградации аудиовизуальной среды, что негативным образом может сказаться на её восприятии горожанами, а также на формировании личности молодых жителей таких городов.

#### **Методология исследования**

В 2018 г. было проведено прикладное социологическое исследование «Развитие аудиовизуальной среды современного российского города в контексте сохранения и трансляции этических ценностей российской культуры» (исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта №18-011-00841). Исследование было осуществлено коллективом исследователей из Южного федерального университета (при участии авторов) с привлечением научно-педагогических работников Крымского федерального университета им. В.И. Вернадского (руководитель проекта – д-р филос. наук, профессор Л.А. Штомпель). В ходе реализации данного исследовательского проекта были осуществлены анкетный опрос и анализ аудио- и визуального материала (фотографий объектов городской среды) в 29 городах из 8 субъектов Южного федерального округа, в том числе в 3 городах-мегаполисах с числом жителей больше миллиона: Ростов-на-Дону, Волгоград, а также Краснодар (на момент проведения исследования в данном населенном пункте численность населения превысила 1 млн чел.). Общая выборочная совокупность – 1532 чел. (после выбраковки некачественно заполненных анкет количество опрошенных составило 1371 чел.). В мегаполисах было опрошено 424 чел. Выборку исследования составили респонденты 5 возрастных категорий: «До 17 лет включительно», «18-30 лет», «31-44 года», «45-59 лет», «60 лет и старше». Первые две категории и составляют общую выборочную совокупность молодежи. Мегаполисы были выбраны в качестве объектов в данной статье ввиду их особой роли в процессе развития человеческого капитала. Выступая культурными, экономическими центрами регионов, города-миллионники обладают и богатым культурно-историческим наследием. Однако для его сохранения необходимо участие молодежи в жизни города и формирование у них городской идентичности.

#### **Отношение горожан к культурно-историческому наследию**

Как отмечает И.В. Тулиганова, город представляет собой сложную систему, совмещающую в себе различные социальные практики, а также накапливающую и передающую опыт от поколения к поколению. В городском пространстве социальная память транслируется с помощью культурного наследия, воплощенного как в материальных объектах (архитектурные памятники и т.п.), так и в повседневной деятельности жителей города. Важность объектов культурно-исторического наследия города заключается, прежде всего, в трансляции опыта прошлого, влияющем на самоидентификацию городских сообществ [11, с. 197]. Проявление интереса к истории и культурной жизни своего города выступает неотъемлемой частью эмоционального компонента городской идентичности [8, с. 137]. В анкете исследования содержался блок вопросов, направленных на определение знаний горожан о памятниках и местах, связанных со значимыми для города событиями и персоналиями. Большинство молодых жителей мегаполисов осведомлены о том, кто является основателем их родного города – 75%. Необходимо отметить, что значительная часть молодых горожан обладает знаниями о своем городе благодаря памятникам истории (скульптурам, мемориальным доскам и т.д.) – наличие таких объектов, посвященных основанию их населенного пункта, отметили 79,2%. При этом, 3,2% никогда не видели подобных памятников, а 17,5% попросту их не замечали. Знания в этой области

продемонстрировали в большей степени молодые представители Краснодара и Волгограда: основателей города знают 86,3 и 79,1%, соответственно, а посвященные им памятники видели 94,1 и 78,4%, сообразно. А вот среди ростовской молодежи только 63,5% знают, что Ростов-на-Дону был основан в 1749 г., когда российская императрица Елизавета Петровна подписала Указ об основании Темерницкой таможни, после чего появился порт, а также военная крепость Святого Димитрия Ростовского. Тем не менее 73,1% молодых жителей Ростова видели памятники, посвященные основателям города. Также, 82,4% молодых респондентов указали, что в их городе присутствуют здания, отражающие национальный или региональный колорит.

Основные страницы истории каждого города находят свое отражение в памятниках, монументах, скульптурах и других городских объектах. Помимо этого, знаменательные исторические события и великие личности, связанные с городом, увековечиваются в названиях улиц, площадей. Как отмечает Н.И. Мартишина, «в жизни города вопрос о названиях улиц, площадей, важных объектов неявно включает в себя мифологическую установку, предполагая, что название само по себе определит их роль в городской среде» [6, с. 173].

Крайне важным фактором сохранения исторической памяти выступает осведомленность молодежи о том, какое значение для истории города и страны имеют люди, в честь которых названы те или иные объекты. Только зная основные страницы истории своей малой родины человек может назвать себя полноценным горожанином. Согласно полученным данным, молодые представители мегаполисов лучше всего знают городские объекты, посвященные известным творческим людям (поэтам, музыкантам, писателям), чья жизнь была связана с этим городом, а также защитникам Отечества (табл. 1).

Таблица 1

**Осведомленность молодых жителей мегаполисов об известных личностях, которым посвящены городские объекты (в % к числу опрошенных)**

		Крупнейшие города (более 1 млн жителей)		
		Молодежь в целом	Ваш возраст	
			До 17 лет включительно	18-30 лет
Каким великим людям посвящены названия улиц и площадей в Вашем городе?	Защитникам Отечества	83,4%	90,9%	82,5%
	Революционерам XIX – начала XX века	49,7%	39,4%	50,9%
	Известным политическим деятелям современности	23,7%	15,2%	24,7%
	Художникам, музыкантам, поэтам, писателям	65,9%	51,5%	67,6%
	Космонавтам	54,2%	45,5%	55,3%
	Простым труженикам	14,6%	12,1%	14,9%
	Передовикам производства	12,3%	3,0%	13,5%
	Ученым	35,4%	24,2%	36,7%
	Другое	2,9%	3,0%	2,9%
Есть ли в Вашем городе	Известным поэтам, музыкантам, художникам, писателям, жившим в Вашем городе	71,1%	59,4%	72,5%

Учёным, родившимся или жившим в Вашем городе	27,9%	9,4%	30,1%
Защитникам Отечества - уроженцам Вашего города	84,4%	87,5%	84,0%
Политическим деятелям - уроженцам Вашего города	23,3%	9,4%	24,9%
Строителям города	17,9%	6,3%	19,3%
Другое	2,0%	3,1%	1,9%

Также, половина опрошенных (54,2%) знают улицы и площади, названные в честь покорителей космоса. Примечательно, что молодые люди старшей возрастной категории (18 – 30 лет) оказались более осведомлены о том, кому посвящены названия многих городских объектов. Стоит отметить, что улицы и памятники, названные в честь защитников Родины, знают в наибольшей степени молодые горожане из Волгограда – более 94%. Данный факт представляется вполне закономерным, так как Волгоград является Городом-Героем, на долю которого выпало одно из важнейших сражений Великой Отечественной войны – Сталинградская битва. Для сравнения, в Ростове-на-Дону (который имеет звание Города воинской славы и был дважды освобожден от немецких войск) 78,8% молодых людей знают улицы, посвященные героям ВОВ, а памятники – 73,1%.

В ходе визуальной части проведенного прикладного социологического исследования было выявлено, что центр такого города-миллионника как Краснодар за последние десятилетия наполнился значительным количеством памятников, были облагорожены парки и скверы, были построены или реконструированы храмы. Объединяясь вместе, эти элементы образуют стройные ансамбли, которые создают целостную картину аудиовизуальной среды центральной части города, при этом они отражают культурно-историческую специфику – как города-столицы Краснодарского края, Кубани, так и региона в целом, что формирует в восприятии горожан и гостей города его целостный образ.

Зачастую мегаполисы имеют более четкое районирование, чем крупные, средние и малые города, где исторический центр города явно выделен, а каждый из районов имеет собственную специфику, отраженную в названии и особенностях аудиовизуальной среды. Возможно, с этим связана тенденция давать звучные названия современным жилым комплексам (ЖК), которые иногда становятся районообразующими. Часто такие ЖК названы в честь писателей, общественно-политических деятелей, значимых исторических событий известных большой массе горожан. Молодые люди, переезжая в подобные районы мегаполисов, с одной стороны, идентифицируют себя с городом посредством своего района, а с другой – посредством центра города, который отражает его культурно-историческое наследие.

#### **Целостность аудиовизуальной среды и городская идентичность молодежи**

На целостность аудиовизуальной среды в негативном аспекте влияют такие факторы как мусор и грязь на улицах, обилие кричащей визуальной рекламы, разрушающиеся здания и объекты культурного наследия, инфраструктуры, а также смешение различных ценностей и идеологий в пространстве наиболее значимых точек аудиовизуальных сред. Печальное состояние каждого из перечисленных объектов не создает стройной и пригодной для восприятия картины, а, напротив, отталкивает горожан. Смешение стилей, идеологий, эпох, образов жизни и ценностей могут формировать городскую среду без какого-либо стиля и смысловой ценности, что обуславливает исчезновение уникального образа города, его индивидуальности. В результате этого жители города утрачивают

самоидентификацию с ним [4]. Это приводит к тому, что горожане, не желающие воспринимать такую повседневность, замыкаются в своих отдельных «мирах», образ города сужается до привычного рабочего маршрута, а все, что располагается за его пределами, вытесняется.

Подобные примеры были зафиксированы и в проведенном анализе визуального материала. Так, например, в Ростове-на-Дону в 2016 г. был открыт памятник «Не вернувшимся казакам, защищавшим Родину». Памятник является отражением культурно-исторической специфики региона и обладает художественной ценностью. Он установлен неподалеку от Центрального рынка города и находится на небольшой площади в окружении пешеходного перехода, торговых палаток и нескольких автобусных остановок. Это торговое, достаточно проходимое место. Однако за счет обилия магазинов, торговых точек, общественного транспорта памятник теряется и не читается как часть городского пространства, лишь внимательный горожанин или гость города может его найти. Горожане преимущественно замечают кричащую рекламу, обращают внимание на общественный транспорт, либо лавируют в потоке людей, стремясь скорее покинуть шумное и грязное место. Та точка города, в которой был установлен памятник, не была подготовлена к нему, не была синхронна с ним и отражала иные ценности. В силу этого он не может в полной мере выступать транслятором культуры и истории региона, он так и не стал частью его аудиовизуальной среды.

Пренебрежительное отношение к истории города и страны, разрушение объектов культурного наследия ведет к утрате духовных ценностей. Это обуславливает необходимость соблюдения баланса между старым и новым в аудиовизуальной среде города – культурно-исторические памятники должны быть гармонично интегрированы в городское пространство. Но при этом развитие городского поселения должно быть равномерным, обладающим гармонией между исторической и современной частями города. Каждый культурный, исторический, архитектурный памятник может занимать достойное место в повседневной жизни жителей города, не теряя при этом своей исторической ценности и значения [3].

При регулярном столкновении с непонятным, неприятным, устаревшим, противоречивым, в состоянии постоянного напряжения, психика человека начинает использовать ряд психологических защитных механизмов, с целью каким-то образом оградить себя. При достаточно высоком уровне рассогласованности аудиовизуальной среды горожане вытесняют из сознания её фрагменты, которые не могут восприниматься целостно, они начинают рассматривать аудиовизуальную среду как неизбежное зло, что мешает им принять ответственность за проблемы своего города (так как они просто не замечают их). Это, в свою очередь, мешает им созидательно относиться к своему городу, что-то делать для него, формировать аудиовизуальную среду и при необходимости трансформировать её.

Молодые жители города, сталкиваясь с высоким напряжением, возникающим при взаимодействии с «нарушенной» аудиовизуальной средой, могут начать вымещать агрессию вовне, потребительски относиться, испытывать негативные чувства по отношению к концепту «своего» города в целом. Вышеуказанное приводит к тому, что культура и история города забываются, память перестает цениться и горожане начинают заботиться только о личном «здесь и сейчас», либо о личном прошлом, где сиюминутная необходимость выбросить мусор на улице выше, чем желание сделать своей город лучше. Самоидентификации горожан с городом в такой ситуации не происходит. Этим можно объяснить появление на месте еще недавно новых и популярных жилых комплексов гетто, где их жители, потерявшие свою принадлежность к мегаполису и району своего проживания, ежедневно ухудшают качество среды. Постепенно

такие районы маргинализируются. Примеры подобных районов-гетто, изначально строившихся как места проживания для молодых людей с семьями, есть почти в каждом городе России. Это подтверждают и данные нашего социологического исследования: 77,9% молодых жителей мегаполисов отметили, что в их городе есть районы трущоб. При этом в городской среде присутствует контраст: наравне с гетто в городе есть и кварталы элитного жилья – это указали 90,2% юных горожан.

### **Заключение**

Самоидентификация с родным городом, регионом напрямую «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» [10, с. 91]. Поэтому принципиально важно, каким образом объекты культурного и исторического наследия интегрированы в аудиовизуальную среду города.

Если горожане продолжают существовать под постоянным воздействием аудиовизуальной среды с нарушенной целостностью, не рефлексируя этого, то в этом случае ценности культуры, транслируемые аудиовизуальной средой и призванные образовывать горожан, транслируются в искаженном виде, приводя к попустительскому отношению к пространству города. В связи с этим в аудиовизуальной среде города могут начаться процессы стагнации и деградации. При этом аудиовизуальная среда может начать отражать фрагменты устаревших идеологий, вклинивающихся в нее, неактуальную культуру, часто с выраженным компонентом культуры массового потребления.

Особенно подвержено влиянию аудиовизуальной среды городов молодое поколение. В целом более активные, проводящие больше времени в публичных пространствах и общественных местах молодые люди лучше чувствуют свой город. Также, стоит отметить, что молодежь находится в ситуации выбора. Выбора жизненного пути, места жительства. Им важно видеть свой город таким, какой он есть, отмечать его достоинства и недостатки. Когда нет самоидентификации с городом, его культурой и прошлым, проще покинуть его – «начать жизнь с чистого листа». Для осознания себя в полной мере горожанином – жителем мегаполиса, самоидентификации со своим городом молодому горожанину важно представлять, чувствовать и понимать город, воспринимать его аудиовизуальную среду как некую целостность. От этого зависит насколько полно и реалистично будут её воспринимать горожане и будут ли они готовы создавать эту среду, ратовать за её развитие.

### **Литература**

1. Антонова Н.Л., Пименова О.И., Абрамова С.Б. Образ «города для жизни» в представлениях студентов Екатеринбурга // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2018. Том 4. №2. С. 23 – 37. DOI: 10.21684/2411-7897-2018-4-2-23-37. - URL: [www.dx.doi.org/10.21684/2411-7897-2018-4-2-23-37](http://www.dx.doi.org/10.21684/2411-7897-2018-4-2-23-37)

2. Власова Н.Ю. Культурное наследие и искусство как составляющие брендинга городов // Известия Уральского государственного экономического университета. 2011. №6 (38). С. 56 – 61.
3. Калинина Н.С., Рябина А.И. Интеграция объектов культуры в городскую среду // Этносоциум. 2020. №4 (142). С. 51 – 55.
4. Кламер М., Глебова Н.М., Дружинина И.Е. Идентификационные коды архитектурной среды городских пространств // Известия вузов. Инвестиции. Строительство. Недвижимость. 2017. Т.7, №3. С. 132 – 144. DOI: 10.21285/2227-2917-2017-3-132-144. - URL: [www.dx.doi.org/10.21285/2227-2917-2017-3-132-144](http://www.dx.doi.org/10.21285/2227-2917-2017-3-132-144)
5. Лебедева Е.В. Дети и молодежь в современном городе: социологический анализ // Социология: научно-теоретический журнал /Белорусский государственный университет. 2013. №2. С. 122 – 132.
6. Мартишина Н.И. Мифологический компонент в конструировании образа города и городской идентичности // ПРАКСЕМА. Проблемы визуальной семиотики. 2020. №3(25). С. 168 – 178. DOI:10.23951/2312-7899-2020-3-168-178. - URL: [www.dx.doi.org/10.23951/2312-7899-2020-3-168-178](http://www.dx.doi.org/10.23951/2312-7899-2020-3-168-178)
7. Медведева А.Н., Ларионова В.А. Развитие социально-культурного пространства малых городов глазами молодого населения // Весенние дни науки ВШЭМ: сборник докладов международной конференции студентов и молодых ученых. 17 – 19 апреля 2019 года; ФГАОУ ВО «УрФУ имени первого Президента России Б.Н. Ельцина». – Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ, 2019. С. 619 – 622.
8. Озерина А.А. Городская идентичность как социально-психологический феномен // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7: Философия. Социология и социальные технологии. 2016. №4(34). С. 135 – 139. DOI: <https://doi.org/10.15688/jvolsu7.2016.4.15>
9. Полюшкевич О.А., Попова М.В. Символическое конструирование территориальной идентичности (на примере топонимики Иркутска) // Урбанистика. 2017. №3. С. 117 – 134. URL: [https://nbpublish.com/library\\_read\\_article.php?id=23665](https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=23665) (дата обращения: 19.02.2023). DOI: 10.7256/2310-8673.2017.3.23665. - URL: [www.dx.doi.org/10.7256/2310-8673.2017.3.23665](http://www.dx.doi.org/10.7256/2310-8673.2017.3.23665)
10. Сосновская А.М., Михайлов А.В., Орлова О.Ю. Нематериальное наследие и идентичность молодежи Санкт-Петербурга // Управленческое консультирование. 2018. №2. С. 88 – 99. DOI 10.22394/1726-1139-2018-2-88-99. - URL: <https://doi.org/10.22394/1726-1139-2018-2-88-99>
11. Тулиганова И.В. Социальная память в пространстве города // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики. 2017. №9 (83). С. 196 – 198.