



ГОРОДСКАЯ ИДЕНТИЧНОСТЬ И ВОСПРИЯТИЕ ГОРОДА В УПРАВЛЕНЧЕСКОМ ДИСКУРСЕ

Наталья Анатольевна Костко¹

Ирина Фёдоровна Печеркина²

^{1, 2} ФГАОУ ВО «Тюменский государственный университет»,
Тюмень, Россия,

¹ n.a.kostko@utmn.ru,
ORCID 0000-0003-1618-4548

² i.f.pecherkina@utmn.ru,
ORCID 0000-0003-4978-0311

Для цитирования: Костко Н. А., Печеркина И. Ф. Городская идентичность и восприятие города в управленческом дискурсе // Социологическая наука и социальная практика. 2024. Т. 12, № 1. С. 136–161. DOI 10.19181/snsp.2024.12.1.7. EDN HQEUQY.

Аннотация. В последние десять лет, без преувеличения, самым распространённым и актуальным является дискурс о городе, его формах, планировании и управлении в условиях неопределённости. Перспективы развития города, городского сообщества зависят не столько от влияния внешних факторов, сколько от артикуляции и репрезентации содержания социального запроса со стороны общества, населения конкретных городов. У горожан сформировано видение настоящего и будущего своего города, а его восприятие у жителей складывается на основе представлений о современном городе и воспроизведено как дискурс в суждениях, мнениях, оценках населения. Городской дискурс есть позиционирование, репрезентация городской идентичности горожан и отражение восприятия идентичности города. Присутствие этого дискурса находим в нарративах горожан о городе. В основе исследования – нарративы личного опыта: рассуждение информантов о том, как они оценивают и воспринимают свой город. Тактика исследования – нарративный анализ, дополненный сентимент анализом (позитивная или негативная подача материала), метод – контент-анализ. Цель работы: исследование восприятия идентичности города горожанами. Новизна работы определена дизайном исследования, сочетающим качественный и количественный подходы, метод триангуляции по Н. Дензину [1, с. 24], а также выбором субъективного параметра (восприятие горожанами своего города) в качестве ориентира для управленческих действий при формировании идентичности города для достижения связности «город – горожанин». Дополнительным вкладом данной работы является выстраивание парной логики связности «город – горожанин» через соотношение показателей городской идентичности горожан и идентичности города на основе эмпирических данных по шести городам Тюменской

области. Исследование показало, что горожане с высоким уровнем городской идентичности воспринимают город через личностное участие в его жизни, через проявление субъектности.

Ключевые слова: город как социальная система, городская идентичность горожан, идентичность города, городское управление

Благодарности: исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ в рамках научного проекта № 20-011-00305 «Социальное пространство умного города: методология управления развитием и социального конструирования».

Введение

Город значим для исследователей как специфический объект познания городского сообщества, отношений, ресурсов и оснований развития, конфликтов и механизмов решения перманентных проблем общества. Город представляет собой и исследовательское поле, и тонкую инструментальную линзу, позволяющую высветить как современные процессы, так и перспективы будущего состояния общества. Город – это сложная социальная система в структуре трансформационного нестабильного типа общества. Социальность системы города определяется включённостью в неё горожан. Важным условием поступательного, устойчивого развития и функционального содержания города как сложной социальной системы является его способность к управлению и управляемости, где роль горожан только растёт. Одна из управленческих проблем связана с определением условий, оснований, ресурсов, с помощью которых возможно установление связи и взаимодействия между городом и его горожанами. Значение такой связности обусловлено взаимовлиянием города на горожан и горожан на город во всех областях жизнедеятельности от экономики и политики до характеристик социального самочувствия и уровня счастья населения, проживающего на определённой территории. Для нашей страны остаётся актуальным вопрос закрепления населения в городах нестоличного типа. Достаточно обратить внимание на процессы миграции внутри страны, отток трудоспособного населения с восточных территорий, из малых городов в крупные и крупнейшие, и это только одна из видимых проблем, которая демонстрирует разрыв связности между городом и горожанами.

Согласно теории социального управления [2], горожане не столько объект управления, сколько субъект, и эта идея нашла своё отражение не только в теории (например, в теории согласительной демократии), но и в нормах права. В рамках общественно-правовой формы, а именно местного самоуправления, города представляют собой муниципальные образования, в которых выстраиваются субъект-субъектные отношения, и горожане выступают субъектами управления. Данная установка

не предполагает прямого воздействия субъекта управления власти на горожан, речь можно вести о создании условий, формирующих те или иные отношения между субъектами города, между городом и горожанами. К таковым условиям относят прежде всего материально-вещественные элементы, подсистемы города, объекты различных видов инфраструктуры (социальной, инженерной, инновационной и т. д.). Сюда можно отнести и создание условий для повышения уровня и качества жизни, комфорта проживания в городской среде. Стоит отметить, что наличие в городе развитой инфраструктуры занимает ведущие позиции в оценках горожан качества городской жизни [3]. Тем не менее опыт как отечественных, так и зарубежных городов свидетельствует о том, что акцентирование городского управления только на объектной, материально-вещественной составляющей недостаточно. Связность между городом и горожанами выстраивается на более тонких основаниях, затрагивающих чувства, эмоции, оценки, память и т. д. каждого конкретного человека, что предполагает обращение к параметрам социального пространства города.

Социальное пространство города – это совокупность социальных связей, взаимозависимостей и взаимодействий, проявления интересов разных групп субъектов города, которые репрезентируются через социальную активность горожан и их идентичность с городом, уровнем доверия, солидарностью, ответственностью между активными субъектами городского сообщества.

Городская идентичность горожан является маркером связности городского пространства, основанием для социальной активности, одним из условий участия в жизни города, управлении его развитием. Городская идентичность горожан выполняет ряд функций:

- социально-политическую – формирование, выражение, действенность гражданской позиции, патриотизма, принятие города и городского сообщества, норм доверия и солидарности, целей развития;
- социально-экономическую – поддержание устойчивой социальной структуры населения города (половозрастной, профессиональной, образовательной и т. д.), удержание населения, сокращение эмиграции из города, миграционных настроений;
- социально-культурную – формирование чувства сопричастности и единения с городом, городским сообществом, эмоциональным удовлетворением, гордостью, моделями жизненных стратегий и т. д.

Городская идентичность горожан формируется посредством целого ряда факторов и условий, важнейшим из которых выступает сам город и его идентичность. Идентичность города представляет собой симбиоз условий, факторов, процессов и свойств, которые определяют форму, содержание, специфику, смысловые и чувственные коннотации относительно

конкретного поселения. Города стремительно меняются. С одной стороны, нельзя не сказать о том, что эти изменения подчас имеют типовые планировочные и архитектурные решения, наблюдается бедность и однообразие городских пространств, «архитектурных ансамблей сохранилось немного, к периферии нарастает хаотичность и монотонность застройки, срединные зоны города переуплотняются» [4, с. 32]. Как правило, такая городская среда не вызывает эмоционального отклика у горожан. С другой стороны, стремительность и глубина изменений вносит в жизнь города новые формы, функции и свойства жизнедеятельности и жизнеобеспечения. Проблема заключается в том, что горожанину приходится адаптироваться к этим новациям, которые могут быть приняты, отвергнуты, вызвать тихое сопротивление, просто недовольство, выражаемое прежде всего в оценках, суждениях и эмоциях человека по отношению к городу. Разрыв между идентичностью города и его восприятием горожанами демонстрирует конфликтность между ними. Фиксация конфликтности, её причин является основанием для принятия адекватных управленческих мер для минимизации.

Восприятие горожанами своего города проявляется как чувственно-оценочное отношение, характеризующее связность между городом и горожанами, принятие/непринятие идентичности города. Понимание города горожанами представлено в виде суждений, нарративов. Информанты, проговорив и артикулировав нарративы, тем самым фиксируют их присутствие в пространстве города. Наличие в городе среди его жителей подобного рода нарративов в совокупности демонстрирует характер, свойства, направленность городского дискурса. Городской дискурс – это, коннотативно-семантическое представление горожан о городе и своём отношении к нему. Дискурс как сочетание различных нарративов, иногда взаимоисключающих, тем не менее имеет ярко выраженные коннотативные проявления, дающие нам представление о характере, направленности восприятия горожан своего города.

Знание отношения, эмоционального восприятия горожан своего города, т. е. субъективного компонента связи города и человека, позволяет понять, осмыслить, подтвердить/опровергнуть уровень городской идентичности горожан. Высокий уровень последней определяется, в том числе принятием горожанами идентичности города. Идентичность города динамична, изменчива, наконец, она формируема, что в свою очередь не может не сказаться на городской идентичности горожан.

Формирование идентичности города является управляемым процессом. К современным методам управления отнесены ресурсный подход, объективированный, основанный на создании условий для роста и развития материально-вещественного состояния объекта управления (объек-

тивные показатели, характеризующие уровень и качество жизни в городе), а также подход, учитывающий нематериальные элементы развития города и горожан. К последним отнесён целый ряд параметров: чувства, эмоции, впечатления, т. е. коннотативные качества, которыми город наделяется жителями [5, с. 207]. Цель работы: исследование восприятия идентичности города горожанами. Новизна работы определена дизайном исследования, сочетающим качественный и количественный подходы, метод триангуляции по Н. Дензину [1, с. 24], а также выбором субъективного параметра (восприятие горожанами своего города) в качестве ориентира для управленческих действий при формировании идентичности города для достижения связности «город-горожанин». На сегодня в Российской Федерации для оценки городской среды принято 36 индикаторов, среди которых нет ни одного, который бы замерил субъективное восприятие города, его среды, горожанами [6]. Дополнительным вкладом данной работы является выстраивание логики связности «город-горожанин» через соотношение показателей городской идентичности горожан и идентичности города на основе эмпирических данных по шести городам Тюменской области. За скобки данной работы вынесена протестная составляющая деятельности, оценок, суждений горожан.

Научные подходы, определяющие методологическую рамку данной работы: *системный* – применительно к городу как социальной системе; *деятельностный* в традиции Дж. Г. Мида, принят для демонстрации взаимосвязи города и горожан, городской идентичности горожан и идентичности города; *феноменология* восприятия Мерло Понти [7]; *семиосоциопсихологическая* теория знаковой коммуникации Т. М. Дридзе как универсальный механизм взаимодействия социальных субъектов с их «разномотивированными» критериями оценки социальной ситуации и социально значимых решений [8]. В данной работе использован метод теоретического синтеза, соединение микро- и макросоциальных теорий.

Теоретические основания исследования

Город как сложная социальная система характеризуется своей структурой, свойствами элементов и подсистем. Особое значение имеют отношения и связи, которые действуют в городе как системе [9]. Горожане являются базовым градообразующим элементом, в котором особое значение уделяется связи, целостности и прочности отношений человека и города. Характер качества связности демонстрирует пара: городская идентичность горожан-идентичность города.

Идентичность принимается в качестве: исследовательской линзы, через которую выявляются, осмысливаются и анализируются другие акту-

альные аспекты современной жизни [10]; ресурсы развития города [11]; основы организации смыслов деятельности акторов [12] и т. д.

Высокая степень городской идентичности горожан свидетельствует о наличии связи между человеком и городом. Она динамична в силу изменений, которые претерпевают как человек, так и город, а её степень и устойчивость определяются принятием горожанами идентичности города.

Можно ли говорить о спонтанности принятия идентичности города, как возникает устойчивость связи между индивидом и городом? Для ответа на данный вопрос обратимся к теории действия Дж. Г. Мида в той части, где он выделяет четыре «взаимосвязанные ступени действия, которые образуют органичное целое (другими словами, они диалектически взаимосвязаны). Первая стадия – стадия импульса, которая включает «непосредственный чувственный стимул» и реакцию актора на это побуждение, потребность сделать что-либо в этом отношении» [13, с. 243]. Иначе говоря, первым шагом в направлении установления связи «город-человек» является чувственное восприятие города, которое предстаёт в виде оценок, характеристик, ассоциаций, сравнений, мысленных образов и т. д. Согласно Дж. Г. Миду невозможно отделить людей от воспринимаемых ими объектов, «именно акт восприятия объекта делает его объектом для человека; восприятие и объект не могут быть отделены друг от друга (они диалектически взаимосвязаны)» [13, с. 245]. В границах феноменологической традиции, когда «восприятие городской среды представляет собой не только когнитивное, но и интенциональное отношение – процесс конструирования реальности посредством придания значимости её отдельным фрагментам на некотором смысловом поле» [14, с. 59] позволяет выделить восприятие города горожанами в качестве объекта исследования и характеристики связности между ними.

Знание того, как воспринимается город, характеризует не просто полноту связи «город-человек», но и даёт информацию о том, что усиливает и ослабляет это взаимодействие. С точки зрения управления процессом формирования связности возникают объективные основания, параметры для управленческого действия. «Эмоциональный опыт восприятия города, влияющий на идентичность горожанина, может развиваться вполне целенаправленно в соответствии с подходом гуманитарного краеведения И. М. Гревса» [4, с. 32]. В основе исследования лежит положение П. Бурдьё о том, что структуризация индивидом своего восприятия относительно города, его идентичности, определяет городскую идентичность горожанина [15].

Следуя логике Л. Тевено о том, что способ, оценка восприятия индивидом мира, отсюда и города, напрямую влияет на вовлечённость челове-

ка в этот мир [16, с. 85], даёт нам представление о его (индивида) деятельностном компоненте в городской жизни, т. е. о его социальной активности. Согласно тому же автору, «восприятие осуществляется в определённом формате (публичных конвенций, функциональном, близости и т. д.). Но этот формат реальности зависит от формы оценки, которая выделяет то, что релевантно. Эта оценка отсылает к определённому виду блага, которое может быть общим благом, или результатом запланированного действия, или даже более ограниченным благом, способствующим приспособлению к привычному окружению» [16, с. 85]. Данный подход позволяет вычленивать характерные для каждого города в конкретный момент времени форматы его восприятия, понять направленность социальной активности горожан. Дополнительным аргументом в пользу значения знания о восприятии горожан является тезис о пространственном измерении восприятия [7, с. 372–380], «субъект ощущения/восприятия (авторская правка) – это, не мыслитель, ...а своего рода способность, которая рождается или действует одновременно с определённой средой существования» [7, с. 372]. Такой средой для горожанина является город, в пространстве которого между ними выстраиваются отношения взаимовлияния, взаимодополнения, связности. Отношения не статичны, а изменчивы и противоречивы в силу сложности субъектов, включённых в этот процесс, где город – это, «территория превращений и присвоений, объект всевозможных вмешательств, но вместе с тем субъект, обретающий всё новые свойства» [17, с. 27].

Таким образом, исследование восприятия города через различные форматы оценок, отношений, суждений, ассоциаций позволяет установить не только степень связности человека с городом, но и определить характер этой связи. Иными словами, исследование восприятия города позволяет судить о субъектности горожан, их позиции относительно города и своего места в нём. Говоря об ассоциациях, выражении своего отношения к городу, горожане демонстрируют многообразие социальных смыслов, формирующихся вследствие выстраивания устойчивой связности между человеком и городом [18]. Суждения, отношения, ассоциации горожан к городу представляют собой нарратив, в совокупности каждый из которых включён в городской дискурс. Нарративы – это средства создания смысла, конструирования и согласования реальности, определённый взгляд на жизнь, мир или событие [19, с. 3; 20].

Нарративы принимаются в качестве результата чтения, следования изгибам городского «текста», при этом «повествование само творит своих читателей» [17, с. 25]. Нарратив – это повествование, рассказ. «В самом широком смысле повествование может быть как действием, так и продуктом в виде текста, фильма, танца и тому подобного. С помощью нарратива люди стремятся сконфигурировать пространство и время, задействовать

связующие устройства, выявить идентичность акторов и взаимосвязь действий в разных сценах. Они создают темы, сюжеты и драматургию. Поступая таким образом, рассказчики осмысливают самих себя, социальные ситуации и историю» [21, с. 70]. Вслед за М. де Серто будем исходить из того, что «можно приравнять практики означивания (рассказывания легенд), к практикам, создающим пространство» [17, с. 35].

Связность нарративов с пространством неизменно указывает на их отношения с идентичностью как города, так и городской идентичностью горожан. Принимается тезис о том, что нарративные схемы как типичные для определённых групп, сообществ горожан являются фундаментальной составляющей их идентичности, обладая «существенным эмоциональным резонансом, заключённым в них» [22, с. 85]. Городской дискурс есть выражение социального запроса горожан на свой город, на город, который принимается как формообразующая система их городской идентичности.

Кроме того, идентичность города является объективной данностью, которая складывается под влиянием определённых тенденций, закономерностей развития общества, управленческих мер. Обоснованным является применение определения «региональная идентичность» и к городам. Оно заключается в том, что в качестве основных показателей, характеризующих идентичность города, выбраны четыре формы измерения: территориальная; институциональная; символическая; функциональная [23, с. 709]. Каждая из них определена характеристиками конкретного города. Специфика, контекст города, в широком смысле, представлен набором параметров: идентичность, морфология, территория, состояние и особенности различных сфер жизнедеятельности города, характеристики горожан и целый ряд других параметров. В узком смысле в структуре специфичности/контекста города, выделяется социальное пространство города как социальная система, которая включает взаимовлияние жёсткой и мягкой подсистем в системе координат пространства, времени, отношений и памяти. К жёсткой подсистеме отнесены пространство и время, которые репрезентируются понятиями: места, идентификации, морфологии города (как ландшафт, природа, климат), генезиса города. К мягкой подсистеме отнесены отношения, которые выстраиваются в рамках определённых пространственно-временных и исторических условий, скрепляя всё пространство города, формируя восприятие города, его образ и морфологию у горожан, а также символы, мифы, память, нормы, ценности, оценочное и эмоциональное восприятие города [24]. Оценочно-эмоциональное восприятие города горожанами отнесено к мягкой подсистеме специфики города, то есть той её части, которая в большей степени подвержена как ситуативному влиянию [25, с. 32], так и собственно целенаправленному воздействию со стороны системы городского управления.

Элементы подсистем социального пространства города могут быть объектами управления, но с учётом уже их специфики. Для целей управления значимым становится знание о состоянии и особенностях контекста города, его социального пространства, отношения горожан к идентичности города, его коннотативным качествам, которыми жители наделяют город. Коннотативные качества города – это один из элементов в системе определения идентичности города. Коннотативные качества города определяются в стилистике научного подхода В. Н. Цоллера [26], который выделяет три элемента: оценочный, эмоциональный, экспрессивный, они же бывают положительными, нейтральными и отрицательными.

Для целей управления учёт контекста города может включать как все его подсистемы, так и отдельные элементы и важное значение приобретает анализ восприятия идентичности города горожанами.

В данной работе акцент сделан на определение оценочно-эмоционального восприятия города горожанами. Анализ характера оценок, эмоционального восприятия города населением даёт возможность понять специфику, контекст города, учесть в практике управления субъективные параметры микромира людей.

Эмпирическая база и методы анализа данных

В рамках научного проекта «Социальное пространство умного города: методология управления развитием и социального конструирования» в 2020 и 2021 гг. был проведён опрос жителей шести городов «большой» Тюменской области: Тюмени, Тобольска, Ханты-Мансийска, Сургута, Нового Уренгоя и Салехарда. В качестве генеральной совокупности принята численность жителей названных городов с 18 до 70 лет. Выборки строились отдельно для каждого города на основании данных государственной статистики как репрезентативные по признакам пола и возраста. Ошибка каждой выборки не превышает 5% по одному признаку. Объём городских выборок позволяет проводить сравнительный анализ. Однако, для достижения цели исследования анализ данных проводился по общей выборке (шести городам вместе), объём которой составил 2 860 человек (см. табл. 1).

Для достижения цели статьи анализ данных проводился по общей выборке (шести городам вместе). Фокус внимания был направлен на специфику восприятия своего города респондентами с разным уровнем городской идентичности. Безусловно, уровень городской идентичности горожан, связанный с конкретным городом, в каждом городе исследования существенно различается [24]. Этот аспект исследования проанализирован авторами в ряде предыдущих публикаций [24; 27] и не входил в цели

Таблица 1

Генеральная совокупность и объёмы выборок в каждом городе

Город	Тюмень	Тобольск	Сургут	Ханты-Мансийск	Новый Уренгой	Салехард	Всего
Генеральная совокупность – жители городов с 18 до 70 лет*	567623	67065	269724	73208	86731	35742	1100093
Объём выборки	769	400	429	427	435	400	2860

* Численность городского населения на 1 января 2020 г., человек. База данных показателей муниципальных образований РФ. URL: https://rosstat.gov.ru/free_doc/new_site/bd_munst/munst.htm

анализа данной статьи. Здесь мы стремились установить связь между уровнем городской идентичности горожан и качественным разнообразием социальных измерений (смыслов, проблем, ценностей), в которых «мыслится» город. Выделяя качественные характеристики высказываний о городе и частоту их встречаемости, можно уловить актуальные настроения, проблемы, личный и социальный опыт, характерные для групп с разным уровнем идентичности.

В ходе исследования использовалось смешивание стратегий (mixed methods research) [1]. Метод триангуляции позволил провести исследование в несколько этапов. В ходе первого этапа был осуществлен сбор слабо формализованных данных [28], полученных в ходе анкетного опроса. Респонденты в свободной форме письменно сформулировали две ассоциации, связанные с их городом. Исследовательский интерес касался определения восприятия горожанами их города. На данном этапе исследования были получены нарративы, которые связаны воедино темой, а не временем (К. Рисман) [20, с. 56].

На втором этапе использовалась качественная стратегия для анализа данных, полученных на первом этапе, а именно – качественно-количественный метод контент-анализа. Под ним понимают технику анализа данных в рамках исследовательского процесса, управляемого правилами, и этот исследовательский процесс связан с общими (качественными и количественными) исследовательскими стандартами [29, с. 10]. Единица анализа – контекстная единица, которая может быть определена как весь случай. Весь случай – это ответ на вопрос [29, с. 41]. На данном этапе исследовательская задача расширялась до границ определения отношения горожан к идентичности города, а полученные высказывания были

подвергнуты процедурам дедуктивного анализа данных (нисходящая стратегия). Проведён процесс выделения категорий анализа, согласно идеям К. Терлоу (K. Terlouw) и Н. Г. Федотовой, характеризующих идентичность города. Индуктивный анализ данных (восходящая стратегия), выявил дополнительные категории, характеризующие идентичность города. Согласно П. Мейрингу, форма анализа – структурирование содержания/тематический анализ [29, с. 65].

Третий этап исследования включал Sentiment Analysis, т. е. анализ человеческих эмоций. Данная техника позволяет исследовать «мнения и чувства, выраженные в определённом тексте, и дающая возможность измерить направленность и субъективность поведений, истекающих из этого текста. Объект изучения Sentiment Analysis – сентимент (тональность), то есть любое настроение или когнитивно-аффективное состояние, выраженное словами и предложениями» [30, с. 80]. Форма анализа – ручная. Категоризация суждений/нарративов и определение коннотативных характеристик высказываний горожан (позитивные; нейтральные; негативные) проводилась независимо двумя исследователями. Для нивелировки субъективизма исследователя сравнивались экспертные оценки выбора категории, характеристики высказываний и в случае совпадения фиксировались для формирования категориального ряда и определения направленности тональности суждения.

Четвёртый этап исследования направлен на выяснение соотношения данных о восприятии и оценочно-эмоциональных суждениях горожан об идентичности города с их уровнем городской идентичности. Такая постановка исследовательских целей и задач реализовывалась посредством метода триангуляции полученных данных.

Результаты проведённого исследования

Идентичность города рассматривается как совокупность представлений жителей о своём городе, смыслов, стереотипов, устойчивых образов.

Черновой вариант кодификатора строился на формах измерения идентичности города, предложенных К. Терлоу (K. Terlouw) (территориальная, институциональная, символическая и функциональная формы) [23] и символических кодах городской идентичности, использованных Н. Г. Федотовой в исследовании идентификационных процессов в современных городах (гражданский код, территориальный и культурный коды) [31]. Затем, по результатам первого этапа, кодификатор был модифицирован и расширен до семи категорий анализа (см. табл. 2). Кратко охарактеризуем каждую категорию.

«Территориальность» фиксирует значимые для человека смыслы, возникающие по отношению к «физическим характеристикам города» – морфологии города (ландшафт, внешний облик города, его история), к природным факторам территории, его географическому положению, роли города в регионе и стране. «Территориальная форма является наиболее осязаемым аспектом региона» [23, с. 709], результат взаимодействия человека и городской среды. Территориальные условия часто являются источником городской мифологии и стереотипов, знаково-символического восприятия города.

«Гражданственность» «позволяет рассматривать обычного человека как горожанина, который неравнодушен к судьбе своего города» [31, с. 2]. Это не только проявление активной гражданской позиции, включённость в управление городом, деятельное участие в жизни города, но и неравнодушное отношение к состоянию городской среды, социально-экономической ситуации, выражение оценочных суждений относительно городских институтов, прежде всего, власти. «Гражданственность» проявляется в отношении, оценках горожан к институтам. Такая расширенная интерпретация понятия «гражданственность» была использована отчасти из-за формулировки самого задания (респондентов просили написать ассоциации, связанные с городом). Гражданский код, который был предложен Н. Г. Федотовой, согласуется с позицией К. Терлоу (K. Terlouw): институциональная форма репрезентации идентичности города предполагает отношение горожан к различным городским институтам.

«Функциональность» – статус и роль города в более крупных системах (регионе, стране, мире), которые являются результатом экономических связей города, его места в административной национальной иерархии [23, с. 710].

«Культурно-символический код» репрезентирует уникальные факты истории и современной жизни города. Памятные события, уникальные городские практики, образы и стереотипы, мифы и городские легенды, которые являются общим источником символического облика города, основанием для конструирования бренда города.

Город – это его жители. Восприятие горожан, акцент на определённых чертах и поведении жителей, выделение «приметных» социальных групп и общностей является показателем идентификации с сообществом, осознание принадлежности к группе или отрицание этой принадлежности. Г. Тэджфел предположил, что группы, к которым принадлежат люди, являются важным источником гордости и самоуважения [32]. Значение локальных сообществ подчеркивал М. Кастельс, поскольку именно в них индивид приобретает смыслы, а идентичность становится главным источником этих смыслов, консолидации местных сообществ и укрепления

групп, образовавшихся на территории [33, с. 27]. Именно поэтому была добавлена категория «Характеристики горожан».

Город – это и личная история его жителя: места памяти, малая Родина, близкие люди, важные события в жизни (работа, учёба, встречи, рождение детей). Эти параметры определяют отношение индивида к территории проживания, привязанность к городу, «чувство общей судьбы».

«Оценочно-эмоциональное восприятие города» – суждения, которые насыщены переживаниями, чувствами, личностным отношением. Именно через такие суждения/нарративы «читается» идентичность города горожанами.

Таблица 2

Результаты категоризации восприятия респондентами города их проживания

№	Категории	Коды	Примеры высказываний респондентов
1.	Территориальность	<ul style="list-style-type: none"> • Внешний облик города (архитектура, парки, мосты и т. п.). • Природные факторы территории. • Местоположение города. • Размер города. • Район города. 	<ul style="list-style-type: none"> • Красивые архитектурные решения. • Вечный холод. • Красивая осень. • Город на Полярном круге. • Маленький город. • Зарека. – 25 микрорайон
2.	Гражданственность	<ul style="list-style-type: none"> • Включённость в дела города, активность населения. • Оценка институтов власти. • Оценка состояния городской среды, инфраструктуры. • Оценка социальной и экономической ситуации в городе. • Оценка качества жизни. 	<ul style="list-style-type: none"> • Отсутствует возможности влиять на развитие города. • За последние 10 лет путь от процветания к упадку. • Город контрастов: нищета и богатство. • Город, где бизнес почти не развивается. • Комфортная доступная среда: лучшие дороги.
3.	Функциональность	<ul style="list-style-type: none"> • Статус города. • Роль города в регионе, стране. • Предприятия и организации города, их продукция. 	<ul style="list-style-type: none"> • Промышленный узел, Административный центр; столица Югры. • Газовая столица • СИБУР – Газпром
4.	Культурно-символический	<ul style="list-style-type: none"> • Официальная символика города. • Образ города, его характеристики. • Стереотипы, мифология. • Брендовый лозунг (слоган). • История города. • Аутентичные городские практики (события, праздники). • Знаковые места. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ямальский олень. • Большая деревня. • Тихий и размеренный. • Тюмень – лучший город земли. • Легендарная первая нефть. • Абалакское поле – фестиваль исторической реконструкции. • Белокаменный Кремль.

Окончание таблицы 2

№	Категории	Коды	Примеры высказываний респондентов
5.	Характеристики горожан	<ul style="list-style-type: none"> • Восприятие горожан (эмоциональная характеристика горожан, характерные черты жителей). • Социальные общности. • Знаковые личности, известные люди, их достижения. 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Работяги.</i> • <i>Отзывчивые люди.</i> • <i>Толерантный.</i> • <i>Многонациональный</i> • <i>Национальный колорит.</i> • <i>Белые воротнички.</i> • <i>Город временщиков.</i> • <i>А. В. Филипенко, Ю. В. Нелелов, В. В. Якушев, С. С. Собянин.</i>
6.	Личная история	<ul style="list-style-type: none"> • Малая Родина. Место рождения, срок проживания в городе. • Близкое окружение/Семья, родственники. • Важные события в жизни (работа, учёба, встречи, рождение детей). 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Здесь я родилась и живут мои родственники.</i> • <i>Беззаботное детство.</i> • <i>В этом городе родились мои дети.</i> • <i>Знакомство с интересными людьми.</i>
7.	Оценочно-эмоциональное восприятие города	<ul style="list-style-type: none"> • Эмоциональная оценка, выражающая отношение к городу 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Гордость.</i> • <i>Город мечты.</i> • <i>Город, в который всегда хочется вернуться.</i> • <i>Грусть.</i> • <i>Уныние.</i> • <i>Терпимо.</i>

Кроме того, все ответы респондентов были разделены на три группы – суждения с негативной, позитивной и нейтральной коннотацией. В таблице 3 приведены примеры высказываний респондентов, отнесённых к категориям анализа «Гражданственность» и «Оценочно-эмоциональное восприятие города» с учётом их коннотативной характеристики.

Всего было получено 5 263 ответа с суждениями респондентов, которые не столько представили свои ассоциации, один-два слова относительно восприятия города проживания, сколько продемонстрировали поведение о том, как они воспринимают свой город, зафиксировали свои жизненные ситуации, 89% респондентов написали не менее двух суждений о городе. Лишь 5% респондентов не сформулировали никаких ассоциаций в ответ на предложенное задание. Ответы, которые имели irrelevantный характер по отношению к заданной теме (меньше 1% от всех высказываний), не учитывались при анализе.

По частоте встречаемости наибольшее число суждений относится к категориям – «культурно-символический код», «территориальность» и «гражданственность» (см. табл. 4).

Таблица 3

Коннотативные характеристики высказываний горожан

Примеры высказываний респондентов		
Гражданственность		
Негативные высказывания	Нейтральные	Позитивные
<ul style="list-style-type: none"> • за последние 10 лет путь от процветания к упадку; • коррупция, никаких реальных полезных действий; • гнилые бараки; • магистральные дороги под окнами домов; • грязно; • безработица, нищета и богатство; • город, где бизнес не развивается; • боязнь поздно вечером выходить на улицу, • опасный; • плохая экология; • ужасное качество оказания услуг в больницах; • отсутствует возможность влиять на развитие города 	<ul style="list-style-type: none"> • нормальное качество жизни 	<ul style="list-style-type: none"> • в большинстве своём, здесь заботятся о людях; • гарантии социальной защищённости; • справедливость; • комфортная доступная среда; • лучшие дороги; • обустроенный; • высокий уровень жизни; • высокие доходы населения; • город возможностей; • экономически развитый; • спокойный; • безопасный; • хорошая экология; • город комфортный для семей с детьми
Эмоциональная оценка, выражающая отношение к городу		
<ul style="list-style-type: none"> • неинтересный; • грусть; уныние; • печальный; • тьма; мрачно; • жестокий; • тоска; скука; рутина; • ложь; • терпимо; • город, где мне нет места; • усталость 	<ul style="list-style-type: none"> • нейтрально; • терпение и труд всё перетрут 	<ul style="list-style-type: none"> • город счастья; • любимый; люблю свой город; • люблю тебя, горжусь тобой, мой Новый Уренгой; • я рад, что живу здесь; • радость; • успех

Таблица 4

Распределение ответов респондентов по категориям анализа

№	Категории анализа	Частота	В процентах от количества суждений n = 5 263
1.	Территориальность	1 191	23
2.	Гражданственность	970	18
3.	Функциональность	527	10
4.	Культурно-символический	1 275	24
5.	Характеристики горожан	246	5
6.	Личная история	541	10
7.	Оценочно-эмоциональное восприятие города	513	10
9.	Всего ответов	5 263	100

По направленности повествований внутри континуума позитивное – негативное акцент смещен в сторону суждений, носящих по отношению к городу скорее позитивный характер – 41% с позитивной коннотацией, 42% – нейтральных и лишь 17% – негативных.

На рисунке 1 представлено распределение ответов респондентов в зависимости от знака высказываний в каждой подгруппе. Среди позитивных высказываний доминируют оценки социально-экономической ситуации в городе (*высокий уровень жизни; город возможностей; экономически развитый*), городской среды (*отличные развязки дорог; развитая инфраструктура*), восприятие качества и безопасности жизни в городе (*социально защищённый город; безопасный город; комфортный для семей с детьми*), оценка институтов (*в большинстве своем здесь заботятся о людях; доверие; гарантии; искреннее внимательное отношение к людям; любовь к людям; справедливость*), иными словами то, что мы отнесли к категории «гражданственность». Важное место занимает восприятие собственной жизни, опыт проживания в городе (*беззаботное детство; в этом городе родились мои дети; первая любовь*) и стереотипы, образы, насыщенные эмоциональными переживаниями (*гордость; любимый; счастье*).

Негативные сужения – это прежде всего оценка социально-экономической ситуации в городе, оценка власти (*большие зарплаты у чиновников, маленькие у обычных людей; связи решают все*), неприятие природных факторов территории (*вечный мороз; комары, мошки*), принижение роли и статуса города, акцент на отрицательных, уничижительных стереотипах и образах (*Тюмень – столица деревень; провинция*).

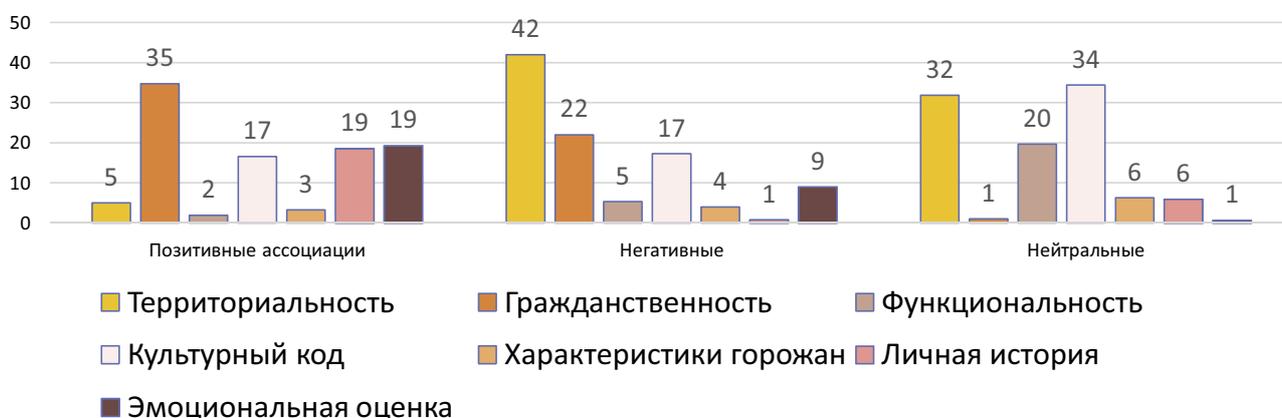


Рис. 1. Доли категорий анализа в позитивных, негативных, нейтральных высказываниях, %

Операционализация понятия «городская идентичность» и методика расчёта уровня городской идентичности подробно представлены в ряде работ авторов [24; 27]. Мы рассматриваем городскую идентичность горожан как вид социальной идентичности, которая может быть описана через аффективный, когнитивный и ценностный компоненты. Каждый компонент выражен с помощью ряда утверждений: «В своем городе я чувствую себя по-настоящему дома»; «Этот город по-настоящему близок мне»; «Многие вещи в городе напоминают мне о моем прошлом»; «Моё будущее тесно связано с этим городом»; «Я знаю свой город так хорошо, что узнаю его на фотографии любой давности»; «Я хорошо знаю историю моего города»; «Мой город обладает историко-культурным наследием, и я горжусь им»; «Жителям других городов мой город кажется престижным», с которыми респонденты должны были выразить согласие по 5-балльной шкале (5 – полностью согласен, 1 – полностью не согласен).

Далее по указанным выше и апробированным методикам были рассчитаны индексы «городской идентичности» таким образом, чтобы 1 соответствовало «все полностью согласны», 0 – «все полностью не согласны». Индексы вычислялись по формуле $= (0 * \text{«Полностью не согласен»} + 0,25 * \text{«Скорее не согласен»} + 0,5 * \text{«И да, и нет»} + 0,75 * \text{«Скорее согласен»} + \text{«Полностью согласен»})$. Сводный индекс городской идентичности горожан равен сумме всех индексов, поделённой на их количество.

Респонденты были распределены по этому признаку на соответствующие группы (см. табл. 5), и далее анализ проходил в разрезе этих групп.

Вполне логично, что позитивное восприятие города характерно для респондентов с высоким уровнем идентичности с городом (см. рис. 2), в этой группе 53% всех высказываний имеет положительную коннотацию. В группе с низким уровнем идентичности к позитивной можно отнести лишь 26% высказываний.

Таблица 5
Распределение респондентов по группам в зависимости от уровня городской идентичности горожан

Группы по уровню городской идентичности	Значение сводного индекса	Респондентов в каждой группе	
		Численность	%
«Низкий уровень идентичности»	Сводный индекс $\leq 0,5$	750	26
«Средний»	$0,51 < \text{Сводный индекс} \leq 0,8$	1 316	46
«Высокий»	Сводный индекс $> 0,8$	769	27
Системные пропущенные		25	1
Всего		2 860	100

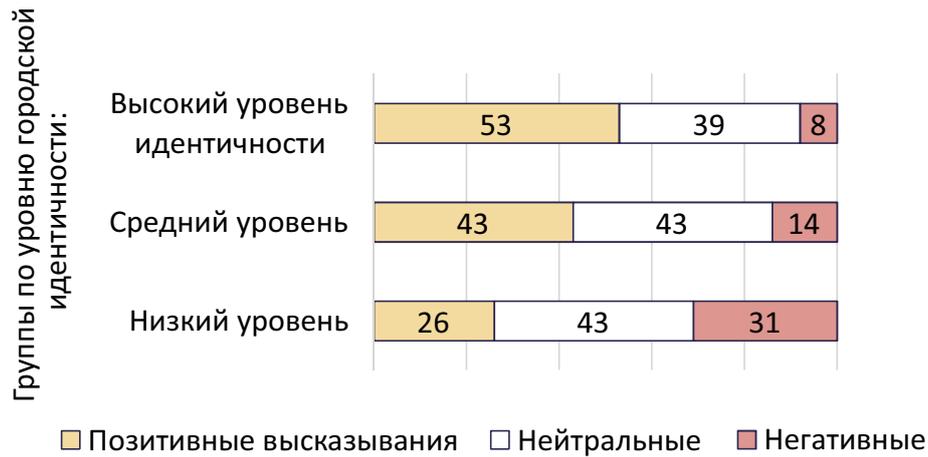


Рис. 2. Доли позитивных, негативных и нейтральных высказываний в группах по уровню городской идентичности, % от числа ответов

Распределение высказываний в группах по уровню идентичности показало, что высокий уровень идентичности связан с акцентом на значимые, успешные факты личной биографии, благоприятным личным опытом, высокой оценкой городских институтов и качества жизни в городе. Наибольшее число высказываний в этой группе можно отнести к культурно-символическому коду – суждения связанные с историей города, городскими практиками, официальной символикой, брэндингом городов (см. рис. 3 и 4).

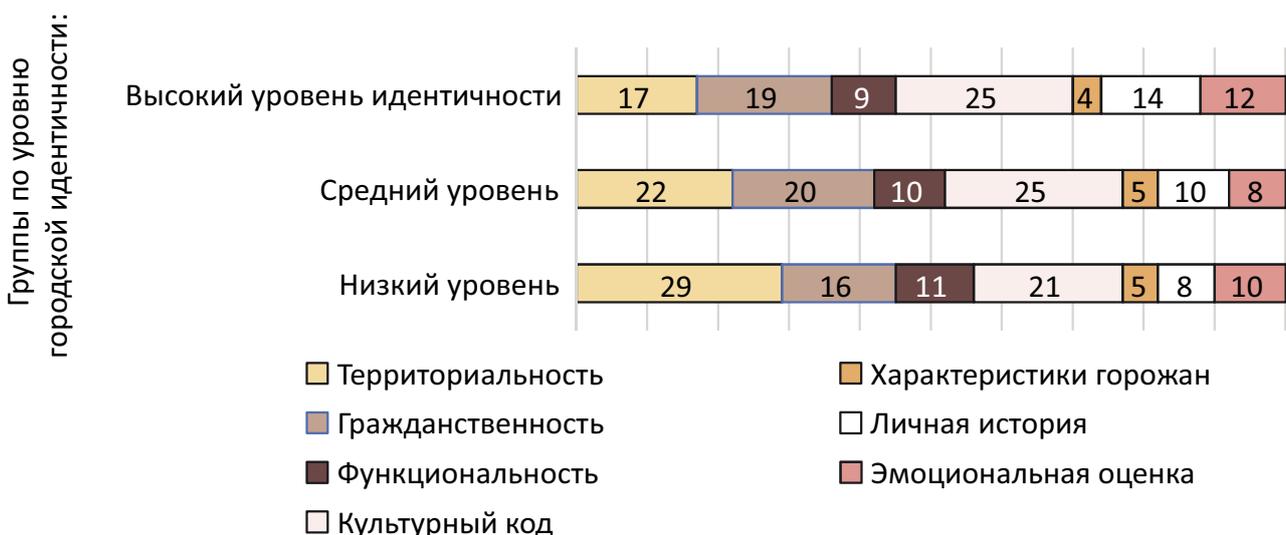


Рис. 3. Распределение высказываний по категориям в группах по уровню городской идентичности горожан, % от числа ответов

её инфраструктуры, форм и содержания городского пространства. Высказывания горожан с низким уровнем городской идентичности о территориальной и функциональной формах идентичности города подводят к выводу о необходимости совершенствования мер городского управления по формированию искусственной городской среды, её разнообразию и соответствии представлениям горожан о современном городе.

Результаты исследования подтвердили значимость для горожан материально-вещественных элементов и форм города (территориальность и функциональность города). Именно данные элементы городской идентичности подвержены в большей степени оценочным суждениям и эмоциональным высказываниям.

Одновременно отмечаем тот факт, что горожане с высоким уровнем городской идентичности воспринимают город через призму личностной активности, участия в жизни города, отмечая в ответах параметры гражданственности, личной истории как наиболее значимые в определении идентичности города. Городской дискурс как исследовательский продукт обозначил социальный запрос горожан на свой город, на город, который принимается как формообразующая система городской идентичности, социальной активности, а, следовательно, и субъектности горожан. Данный вывод позволяет обратить внимание на необходимость управленческих действий по расширению условий участия горожан в жизни города, которые не только вовлекают в управление развитием города, но и позволяют сформировать личностные истории, напрямую связанные с городом. Многие параметры идентичности города управляемы, знание направлений их изменений позволяет создавать условия для формирования городской идентичности горожан, их субъектности.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

1. Концептуальные представления о стратегиях «смешивания методов» (mixed methods research): этапы развития и современные дискуссии / О. Б. Савинская, А. Г. Истомина [и др.] // Социологические исследования. 2016. № 8 (388). С. 21–29. EDN **WHWAVR**.
2. Основы социального управления / А. Г. Гладышев, В. Н. Иванов, В. И. Патрушев [и др.] ; под ред. В. Н. Иванова. М. : Высш. шк., 2001. 271 с. ISBN 5-06-003755-X. EDN **VSKYQZ**.
3. Среда, которая нас формирует. Как россияне оценивают качество городской среды и динамику ее изменения // ВЦИОМ : [сайт]. 21.10.2020. URL: <https://wciom.ru/analytical-reports/analiticheskii-doklad/sreda-kotoraya-nas-formiruet-kak-rossiyane-ocenivayut-kachestvo-gorodskoj-sredy-i-dinamiku-ee-izmeneniya> (дата обращения: 26.11.2023).
4. Горнова Г. В. Конфликтность городской идентичности: визуальные аспекты // Праксема. Проблемы визуальной семиотики. 2020. № 3 (25). С. 27–40. DOI [10.23951/2312-7899-2020-3-27-40](https://doi.org/10.23951/2312-7899-2020-3-27-40). EDN **KAHAUR**.

5. *Пакушина И. А.* Основные направления формирования идентичности города Саранск (по результатам контент-анализа интернет-сообществ) // Современный город: власть, управление, экономика. 2019. Т. 1. С. 205–215. EDN **KXWRBY**.
6. Распоряжение правительства РФ от 23.03.2019 № 510-Р (ред. от 30.12.2020) «Об утверждении методики формирования индекса качества городской среды» // КОДИФИКАЦИЯ.РФ : [сайт]. URL: <https://rulaws.ru/goverment/rasporuyazhenie-pravitelstva-rf-ot-23.03.2019-n-510-r/> (дата обращения: 28.06.2023).
7. *Мерло-Понти М.* Феноменология восприятия. СПб. : Ювента/Наука, 1999. 604 с. ISBN 5-02-026807-0. EDN **QWJLFB**.
8. Прогнозное проектирование и социальная диагностика : Сб.ст. : [В 3-х книгах] / Отв. ред. Т. М. Дридзе ; АН СССР ; Ин-т социол., М. : ИС АН СССР, 1991.
9. *Князева Е.* Системный подход как основа стратегического управления // Форсайт. 2020. Т. 14, № 4. С. 6–8. DOI [10.17323/2500-2597.2020.4.6.8](https://doi.org/10.17323/2500-2597.2020.4.6.8). EDN **LYCDAE**.
10. *Bauman Z.* Identity in the globalising world // Social Anthropology. 2001. Vol. 9, № 2. P. 121–129. DOI [10.1017/S096402820100009X](https://doi.org/10.1017/S096402820100009X). EDN **FOSBNX**.
11. *Морозова Е. В., Мирошниченко И. В., Семенов И. С.* Развитие сельских местных сообществ: потенциал политики идентичности // Полис. Политические исследования. 2020. № 3. С. 56–77. DOI [10.17976/jpps/2020.03.05](https://doi.org/10.17976/jpps/2020.03.05). EDN **OEGKSH**.
12. *Castells M.* The Power of Identity. Second Edition with a New Preface. Singapore : Wiley-Blackwell Publishing Ltd, 2010. 592 p. ISBN 978-1-444-31823-4. DOI [10.1002/9781444318234](https://doi.org/10.1002/9781444318234).
13. *Ритцер Дж.* Современные социологические теории / Дж. Ритцер ; пер. с англ. А. Бойков, А. Лисицына ; 5-е изд. СПб. : Питер, 2002. 688 с. ISBN 5-318-00687-6.
14. *Пирогов С. В.* Контуры визуальных исследований города // Вестник Томского государственного университета. 2013. № 376. С. 59–63. EDN **RLYNIB**.
15. *Бурдьё П.* Социальное пространство и символическая власть // Thesis. 1993. № 2. С. 137–150.
16. *Тевено Л.* Какой дорогой идти? Моральная сложность «обустроенного» человечества // Журнал социологии и социальной антропологии. 2000. Т. 3, № 3. С. 84–111. EDN **ONCGTP**.
17. *Де Серто М.* По городу пешком / М. Де Серто, пер. с фр. А. Космарский // Социологическое обозрение. 2008. Т. 7, № 2. С. 24–38. EDN **JWUSGJ**.
18. *Паутова Л. А.* Ассоциативный эксперимент: опыт социологического применения // Социология: методология, методы, математическое моделирование (4М). 2007. № 24. С. 149–168. EDN **KVKJCR**.
19. Narratives of change: How social innovation initiatives construct societal transformation / J. M. Wittmayera, J. Backhausb, F. Avelinoa [et al.] // Futures. 2019. Vol. 112. P. 102433. DOI [10.1016/j.futures.2019.06.005](https://doi.org/10.1016/j.futures.2019.06.005).
20. *Ярская-Смирнова Е. Р.* Нарративный анализ в социологии // Социологический журнал. 1997. № 3. С. 38–61. EDN **UGMXOT**.
21. *Yin Robert K.* Qualitative research from start to finish / Yin Robert K. ; Second Edition. New York : The Guilford Press, 2016. 386 p. ISBN 9781462521340.
22. *Нечаева А. А.* Нарративный анализ как метод исследования коллективной памяти // Вестник РГГУ. Серия: Философия. Социология. Искусствове-

- дение. 2020. № 2 (21). С. 81–93. DOI [10.28995/2073-6401-2020-2-81-93](https://doi.org/10.28995/2073-6401-2020-2-81-93). EDN [AAXTNI](https://www.edn.ru/AAXTNI).
23. *Terlouw K.* From thick to thin regional identities? // *GeoJournal*. 2012. Vol. 77, № 5. P. 707–721. DOI [10.1007/s10708-011-9422-x](https://doi.org/10.1007/s10708-011-9422-x). EDN [XNRYVM](https://www.edn.ru/XNRYVM).
24. *Kostko N., Pecherkina I.* Urban Identities in Russian Cities and the Prospects of Their “Smart” Development // *Changing Societies & Personalities*. 2021. Vol. 5, № 4. P. 636–653. DOI [10.15826/csp.2021.5.4.154](https://doi.org/10.15826/csp.2021.5.4.154).
25. *Симакова М. А.* Забытая теория 1968 г. : Критика повседневности и революционный романтизм Анри Лефевра // *Вестник Московского Ун-та. Сер. 12: Политические науки*. 2018. № 3. С. 25–38. EDN [YXXEER](https://www.edn.ru/YXXEER).
26. *Цоллер В. Н.* Экспрессивная лексика: семантика и прагматика // *Филологические науки*. 1996. № 6. С. 62–71.
27. *Будущее территорий: новые вызовы и инструменты развития : монография / К. Р. Ахтиярова, А. Н. Береговских, А. А. Борисова [и др.] ; под общей ред. Д. П. Соснина. М. : Издательский дом «Дело» РАНХиГС, 2022. 334 с. ISBN 978-5-85006-461-7. EDN DBFBLS.*
28. *Татарова Г. Г.* Методология анализа данных в социологии. (Введение). 2-е изд., испр. М. : Nota Bene, 1999. 224 с. ISBN 5-8188-0005-9. EDN [RVRQNP](https://www.edn.ru/RVRQNP).
29. *Mayring P.* Qualitative content analysis: theoretical foundation, basic procedures and software solution. Klagenfurt : GESIS, 2014. 144 p. URL: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-395173> (дата обращения: 01.06.2023).
30. *Перси У.* Sentiment analysis: главные теоретические аспекты и некоторые прикладные подходы // *Przeegl d Rusycystyczny*. 2020. Т. 169, № 1. С. 80–91. DOI [10.31261/pr.7726](https://doi.org/10.31261/pr.7726).
31. *Федотова Н. Г.* Символические коды городской идентичности (на примере российского и американского городов) // *Учёные записки Новгородского государственного университета*. 2020. № 8 (33). С. 18. DOI [10.34680/2411-7951.2020.8\(33\).18](https://doi.org/10.34680/2411-7951.2020.8(33).18). EDN [JMILO](https://www.edn.ru/JMILO).
32. *Tajfel H.* Social identity and intergroup behavior // *Social Science Information*. 1974. Vol. 13, № 2. P. 65–93. DOI [10.1177/053901847401300204](https://doi.org/10.1177/053901847401300204).
33. *Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество, культура / М. Кастельс ; пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкаратана. М. : ГУ ВШЭ, 2000. 608 с. ISBN 5-7598-0069-8.

Сведения об авторах

Н. А. Костко

доктор социологических наук,
профессор
AuthorID РИНЦ: [160794](https://elibrary.ru/author_index.action?id=160794)

И. Ф. Печеркина

кандидат социологических наук,
доцент
AuthorID РИНЦ: [408122](https://elibrary.ru/author_index.action?id=408122)

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Авторы внесли эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Статья поступила в редакцию 22.01.2024; одобрена после рецензирования 05.02.2024; принята к публикации 21.02.2024.

Original article

DOI: 10.19181/snsp.2024.12.1.7

URBAN IDENTITY AND PERCEPTION OF THE CITY IN MANAGEMENT DISCOURSE

Natalya Anatolyevna Kostko¹

Irina Fedorovna Pecherkina²

^{1, 2} University of Tyumen,
Tyumen, Russia,

¹ n.a.kostko@utmn.ru,
ORCID 0000-0003-1618-4548

² i.f.pecherkina@utmn.ru,
ORCID 0000-0003-4978-0311

For citation: Kostko N. A., Pecherkina I. F. Urban identity and perception of the city in management discourse. *Sociologicheskaja nauka i social'naja praktika*. 2024;12(1):136–161. (In Russ.). DOI 10.19181/snsp.2024.12.1.7.

Abstract. The discourse on the city, its forms, planning and management under uncertainty is undoubtedly the most widespread and relevant in the last ten years. The prospects for the development of the city and its urban community depend rather on the articulation and representation of the content of social demand from society, the population of specific cities, than on external factors. Citizens have a clear vision for the future and present of their city. The city perception of its inhabitants is correlated with the citizens' ideas about the modern city and appears as a discourse in their judgments, opinions and assessments. Urban discourse is defined as positioning, representation of urban identity of citizens and reflection of the perception of the city identity. The presence of this discourse is found in the citizens' narratives about the city. The study is based on the personal experience narratives, specifically the informants' reflections upon their evaluation and perception of their city were analyzed. Narrative analysis, supplemented by sentiment analysis (positive or negative presentation of the material) was chosen as a research tactic, the research method is content analysis. The major purpose of this work is to study the perception of the identity of the city by citizens. The novelty of the work is determined by the design of the study, combining qualitative and quantitative approaches, the method of triangulation according to N. Denzin., as well as the choice of a subjective parameter (perception by citizens of their city) as a guideline for managerial actions in shaping the identity of the city in order to achieve connectivity "city – citizen". An additional contribution of this paper is the construction of a paired logic of connectivity: "city – citizen" through the correlation between the citizens urban identity indicators and the identity of the city on the basis of empirical data of six cities in the Tyumen region. The study showed that citizens with a high level of urban identity perceive the city through personal participation in its life, through the manifestation of subjectivity.

Keywords: city as social system, citizens' urban identity, identity of the city, urban management

Acknowledgment: the reported study was funded by RFFR, project number 20-011-00305 “Social space of a smart city: methodology of development management and social construction”.

REFERENCES

1. Savinskaya O. B., Istomina A. G., Larkina T. Yu., Kruglova K. D. Conceptual ideas of mixed methods research: stages of development and current debates. *Sociological Studies=Sociologicheskie issledovaniya*. 2016;8(388):21–29. (In Russ.).
2. Gladyshev A. G., Ivanov V. N., Patrushev V. I. [et al.]. *Fundamentals of Social Management*. [Osnovy' social'nogo upravleniya]. Moscow: Vy'sshaya shkola; 2001. 271 p. (In Russ.). ISBN 5-06-003755-X.
3. The environment that shapes us. How Russians assess the quality of the urban environment and the dynamics of its change. Analytical report. 21.10.2020. VCIOM. Available at: <https://wciom.ru/analytical-reports/analiticheskii-doklad/sreda-kotoraya-nas-formiruet-kak-rossiyane-ocenivayut-kachestvo-gorodskoj-sredy-i-dinamiku-ee-izmeneniya> (accessed: 26.11.2023). (In Russ.).
4. Gornova G. V. The conflict of urban identity: visual aspects. *ПРАΞΗΜΑ. Journal of Visual Semiotics=Praksema. Problemy' vizual'noj semiotiki*. 2020;3(25):27–40. (In Russ.). DOI [10.23951/2312-7899-2020-3-27-40](https://doi.org/10.23951/2312-7899-2020-3-27-40).
5. Pakshina I. A. Main directions of the formation of the identity of the city of Saransk (based on the results of content analysis of Internet communities). *Modern City: power, management, economy=Sovremenny'j gorod: vlast', upravlenie, e'konomika*. 2019;1:205–215. (In Russ.).
6. Order of the Government of the Russian Federation from 23.03.2019 No. 510-R (ed. from 30.12.2020) “On approval of the methodology of formation of the urban environment quality index” [Rasporyazhenie pravitel'stva RF ot 23.03.2019 № 510-R (red. ot 30.12.2020) “Ob utverzhdenii metodiki formirovaniya indeksa kachestva gorodskoj sredy”]. CODIFICATION.RF. Available at: <https://rulaws.ru/government/rasporyazhenie-pravitelstva-rf-ot-23.03.2019-n-510-r/> (accessed: 28.06.2023).
7. Merleau-Ponty M. *Phenomenology of perception* [Fenomenologiya vospriyatiya]. St. Petersburg: Yuventa/Nauka; 1999. 604 p. ISBN 5-02-026807-0.
8. Dridze T. M. ed. *Prognostic projection and social diagnostics: Collection of articles*: [In 3 books]. [Prognoznoe proektirovanie i social'naya diagnostika: Sb.st.: [V 3-x knigax]. USSR Academy of Sciences, Institute of Sociology. Moscow: In-t social.; 1991. (In Russ.).
9. Knyazeva H. System theory approach as a basis of strategic management. *Fore-sight and STI Governance*. 2020;14(4):6–8. (In Russ.). DOI [10.17323/2500-2597.2020.4.6.8](https://doi.org/10.17323/2500-2597.2020.4.6.8).
10. Bauman Z. Identity in the globalising world. *Social Anthropology*. 2001;9(2):121–129. DOI [10.1017/S096402820100009X](https://doi.org/10.1017/S096402820100009X).
11. Morozova E. V., Miroshnichenko I. V., Semenenko I. S. Identity policies in rural local community development in Russia. *Polis. Political Studies=Polis. Politicheskie issledovaniya*. 2020;(3):56–77. (In Russ.). DOI [10.17976/jpps/2020.03.05](https://doi.org/10.17976/jpps/2020.03.05).
12. Castells M. *The Power of Identity*. Second Edition with a New Preface. Singapore: Wiley-Blackwell Publishing Ltd; 2010. 592 p. ISBN 978-1-444-31823-4. DOI [10.1002/9781444318234](https://doi.org/10.1002/9781444318234).

13. Ritzer J. Modern sociological theories. 5th ed. [Sovremenny'e sociologicheskie teorii. Dzh. Ritser; per. s angl. A. Bojkov, A. Lisicy'na; 5-e izd.]. St. Petersburg: Piter; 2002. 688 p. (In Russ.). ISBN 5-318-00687-6.
14. Pirogov S. V. Contours of visual studies of the city. *Tomsk State University Journal=Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2013;(376):59–63. (In Russ.).
15. Bourdieu P. Social space and symbolic power [Social'noe prostranstvo i simvoli-cheskaya vlast']. *Thesis*. 1993;(2):137–150. (In Russ.).
16. Th venot L. Which road to take? The moral complexity of “conditioned” humanity [Kakoj dorogoj idti? Moral'naya slozhnost' “obustroennogo” chelovechestva]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii=The journal of sociology and social anthropology*. 2000;3(3):84–111. (In Russ.).
17. de Certeau M. In the city on foot [Po gorodu peshkom]. *Sociological Review=Sociologicheskoe obozrenie*. 2008;7(2):24–38. (In Russ.).
18. Pautova L. A. Associative experiment: the experience of sociological application [Associativny'j e'ksperiment: opy't sociologicheskogo primeneniya]. *Sociology: methodology, methods, mathematical modeling (4M)=Sociologiya: metodologiya, metody', matematicheskoe modelirovanie (4M)*. 2007;(24):149–168. (In Russ.).
19. Wittmayera J. M., Backhaus J., Avelino F. [et al]. Narratives of change: How social innovation initiatives construct societal transformation. *Futures* 2019;112:102433. DOI [10.1016/j.futures.2019.06.005](https://doi.org/10.1016/j.futures.2019.06.005).
20. Yarskaya-Smirnova E. R. Narrative analysis in sociology [Narrativny'j analiz v sociologii]. *Sociological Journal=Sociologicheskij zhurnal*. 1997;(3):38–61. (In Russ.).
21. Yin Robert K. Qualitative research from start to finish. Second Edition. New York: The Guilford Press; 2016. 386 p. ISBN 978-1-4625-21340.
22. Nechaeva A. A. Narrative analysis as a collective memory research method. *RSUH/RGGU BULLETIN. Series Philosophy. Social Studies. Art Studies=Vestnik RGGU. Seriya: Filosofiya. Sociologiya. Iskusstvovedenie*. 2020;(2):81–93. (In Russ.). DOI [10.28995/2073-6401-2020-2-81-93](https://doi.org/10.28995/2073-6401-2020-2-81-93).
23. Terlouw K. From thick to thin regional identities? *GeoJournal*. 2012;77(5):707–721. DOI [10.1007/s10708-011-9422-x](https://doi.org/10.1007/s10708-011-9422-x).
24. Kostko N., Pecherkina I. Urban identities in Russian cities and the prospects of their “smart” development. *Changing Societies & Personalities*. 2021;5(4): 636–653. DOI [10.15826/csp.2021.5.4.154](https://doi.org/10.15826/csp.2021.5.4.154).
25. Simakova M. A. An abandoned theory of 1968: Henri Lefebvre, the critique of everyday life and revolutionary romanticism. *Bulletin of Moscow University. Episode 12. Political Science=Vestnik Moskovskogo Un-ta. Ser. 12: Politicheskie nauki*. 2018;(3):25–38. (In Russ.).
26. Zoller V. N. Expressive lexicon: semantics and pragmatics [E'kspressivnaya leksika: semantika i pragmatika]. *Philological Sciences=Filologicheskie nauki*. 1996;(6):62–71. (In Russ.).
27. Axtiyarova K. R., Beregovskix A. N., Borisova A. A. [et al]. The future of the territory: new challenges and development tools: monograph. Moscow: Izdatel'skiy dom «Delo» RANXiGS; 2022. 334 p. (In Russ.). ISBN 978-5-85006-461-7.
28. Tatarova G. G. Methodology of data analysis in sociology. 2nd ed., revised [Metodologiya analiza danny'x v sociologii. (Vvedenie). 2-e izd., ispr.]. Moscow: Nota Bene; 1999. 224 p. (In Russ.). ISBN 5-8188-0005-9.

29. Mayring P. Qualitative content analysis: theoretical foundation, basic procedures and software solution. Klagenfurt: GESIS; 2014. 144 p. Available at: <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-395173> (accessed: 01.06.2023).
30. Persi U. Sentiment analysis: the main theoretical prerequisites and some empirical application. *Przegląd Rusycystyczny*. 2020;169(1):80–91. (In Russ.). DOI [10.31261/pr.7726](https://doi.org/10.31261/pr.7726).
31. Fedotova N. G. Symbolic codes of urban identity (on the example of Russian and American cities). *Scientific Notes of Novgorod State University=Uchyony'e zapiski Novgorodskogo gosudarstvennogo universiteta*. 2020;8(33):18. (In Russ.). DOI [10.34680/2411-7951.2020.8\(33\).18](https://doi.org/10.34680/2411-7951.2020.8(33).18).
32. Tajfel H. Social identity and intergroup behavior. *Social Science Information*. 1974;13(2):65–93. DOI [10.1177/053901847401300204](https://doi.org/10.1177/053901847401300204).
33. Castells M. Information Age: Economy, Society, Culture Информационная эпоха: экономика, общество, культура [Informacionnaya e'poxa: e'konomika, obshhestvo, kul'tura]. Translated from English. Under the scientific editorship of O. I. Shkaratan. Moscow: GU VSHE'; 2000. 608 p. (In Russ.). ISBN 5-7598-0069-8.

Information about the Authors

N. A. Kostko

Doctor of Sociology,
Professor

ResearcherID: [AFP-6724-2022](https://orcid.org/0009-0001-9212-1000)

Scopus AuthorID: [56946864700](https://orcid.org/0009-0001-9212-1000)

I. F. Pecherkina

Candidate of Sociology,
Associate Professor

ResearcherID: [AAC-5247-2019](https://orcid.org/0009-0001-9212-1000)

Scopus AuthorID: [57202991963](https://orcid.org/0009-0001-9212-1000)

Contribution of the authors: The authors contributed equally to this article.

The authors declare no conflicts of interests.

The article was submitted 22.01.2024; approved after reviewing 05.02.2024; accepted for publication 21.02.2024.