ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ МЕЖДУНАРОДНЫХ ОТНОШЕНИЙ (УНИВЕРСИТЕТ) МИНИСТЕРСТВА ИНОСТРАННЫХ ДЕЛ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

На правах рукописи

Еремина Анна Дмитриевна

СОХРАНЕНИЕ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ МАЛЫХ ИСТОРИЧЕСКИХ ГОРОДОВ: ГРАДОСТРОИТЕЛЬНЫЙ И КОММУНИКАЦИОННО-УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Специальность 5.4.7. Социология управления

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата социологических наук

Научный руководитель:
доктор социологических наук, доцент
Дмитриева Елена Викторовна

Москва – 2026

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ ***3***

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ МАЛОГО ИСТОРИЧЕСКОГО ГОРОДА ***29***

§ 1.1. Теоретические аспекты изучения малого исторического города в социологии архитектуры и теории градостроительства *29*

§1.2. Полипарадигмальность понимания культурной идентичности жителей малого исторического города *61*

ГЛАВА 2. МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ АНАЛИЗ МАЛОГО ГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ Г. ОСТАШКОВ, ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ) ***84***

§ 2.1. Градостроительный анализ г. Осташков как пропедевтическая основа социологического исследования. *86*

§2.2. Оценка культурной идентичности жителей малого города: результаты социологического опроса *115*

ГЛАВА 3. КОММУНИКАЦИОННАЯ КАМПАНИЯ КАК УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ МАЛЫХ ГОРОДОВ ***146***

§ 3.1. Методологические аспекты проведения коммуникационных кампаний по сохранению культурной идентичности жителей малого города *146*

§3.2. Коммуникационные технологии в сохранении культурной идентичности малых городов: российский и международный опыт *164*

ЗАКЛЮЧЕНИЕ ***180***

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ ***184***

ПРИЛОЖЕНИЯ ***204***

ВВЕДЕНИЕ

Актуальность темы исследования обусловлена растущим интересом к вопросу сохранения культурной идентичности малых исторических городов России в связи с идущими процессами урбанизации, стирающими географические границы, где утрата идентичности ведет не просто к исчезновению памятников архитектуры, а к разрыву межпоколенческих связей.

Малые исторические города, как уникальные социокультурные образования, играют важную роль в сбережении исторического достояния и являются стратегическим ресурсом для устойчивого социально-экономического развития территорий, привлекая как туристов, так и инвесторов, а также сохраняя рабочие места в регионе, сокращая отток населения и способствуя стабильности общества в целом. Однако позитивные изменения в малых городах сталкиваются с различными экономическими, демографическими и социальными вызовами.

Важность наращивания потенциала малых городов отметил премьер-министр РФ на пленарной сессии форума "Развитие малых городов и исторических поселений, подчеркнув, что "чем меньше населенный пункт, тем значительнее усилия руководителей муниципалитетов для одновременного решения сразу нескольких задач - связанных с износом инфраструктуры, оттоком молодежи, утратой профильных функций, как в некоторых моногородах и созданием современных, комфортных условий для жителей"[1].

Особую роль в контексте сохранения малых исторических городов приобретает материальное и нематериальное наследие, где сохранение архитектурных объектов и формирование эмоциональной связи с ними играет важную роль. Исследователи начинают изучать не только физическое расположение объектов, но и когнитивные процессы, через которые люди воспринимают и интерпретируют объекты. Все это создает основы для понимания того, как формируются социальные отношения и идентичность. Это теоретическое

[1]Сайт РИА Новости. 2025. https://realty.ria.ru/20250821/mishustin-2036686140.html (дата обращения 12.05.2026)

движение нашло отражение в исследованиях роли архитектуры в формировании восприятия и взаимодействия с окружающей средой индивидов[2].

Культурно-историческое наследие в материальных и нематериальных памятниках представляет собой ценностные ориентиры и основания для сохранения культурной идентичности. На сегодняшний день наряду с потерей малыми городами своего исторического облика, утрачивают свое значение в глазах местных жителей и архитектурные объекты. Подобные процессы отмечаются не только в России, но и в странах Европы и Азии, что придает проблеме сохранения культурного наследия глобальную актуальность. Исчезновение архитектурного наследия влечет за собой снижение туристической привлекательности и сужает возможности для социально-культурного и экономического развития регионов. В большинстве малых городов не используются многие внутренние ресурсы, которые способны значительно улучшить городскую экономику. К таким внутренним стратегическим источникам можно отнести духовное, архитектурное и природное наследие этих городов.

Актуализация культурного наследия малых исторических городов через переосмысление истории, традиций позволяет трансформировать коллективную историческую память в то, что может стать «социокультурными и символическими образцами новых институтов и практик»[3].

Многогранность дискурса культурной идентичности жителей малых городов требует научной интеграции различных направлений анализа форм идентарности и проведения исследований на стыке социологии, архитектуры,

---

[2] Miller D. Materiality: An introduction // Materiality Miller D. (Ed.). Durham, NC: Duke University Press. 2005. c.1-50.

Baur N., Hering L. Learning from the past. How local economic conventions influence responses to global crises // Human Figurations: Long-term Perspectives on the Human Condition. 2017. Vol. 6(2). https://quod.lib.umich.edu/h/humfig/11217607.0006.208?view=text;rgn=main (дата обращения 18.01.2026)

Edinger E-C. Wissensraum, Labyrinth, symbolischer Ort: Die Universitätsbibliothek als Sinnbild der Wissenschaft. Konstanz/ UVK, 2015.

Frank S. Der Mauer um die Wette gedenken. Die Formation einer Heritage-Industrie am Berliner Checkpoint Charlie. Frankfurt/M.: Campus, 2009.

[3] Зарубина Н.Н., Носкова А.В. Образы России: Размышляя об эпохах перемен // Полис. Политические исследования. 2019, №2, с.173-183. https://doi.org/10.17976/jpps/2019.02.13 (дата обращения 12.05.2026)

градостроительства, психологии и других наук. Подход, объединяющий социологию и архитектуру, открывает новые горизонты для исследования взаимодействия социального и физического пространства, создавая возможности для более глубокого осмысления роли архитектурных элементов в формировании идентичности горожан. Релевантно в этом контексте говорить о полиаспектности поднимаемой проблематики, а возникающие смежные вопросы со стороны социологии архитектуры, теории градостроительства, психологии диктуют запрос на междисциплинарный или даже постдисциплинарный[4] управленческий подход.

Актуальность исследований культурной идентичности жителей малых городов объясняется фрагментарностью теоретического и прикладного изучения процессов идентификации и взаимодействия человека с городом, которые обеспечивают привязанность к месту и осознание своей принадлежности к городу.

Исследовательская логика данной работы основана на коммуникативной парадигме и акцентирует научный интерес на структурно-символических практиках в изучении идентификационных процессов. Культурная идентичность жителей малых городов представляет собой символический ресурс города. Основываясь на символической природе идентичности, мы видим возможность ее стратегического формирования. Коммуникативный подход к обозначенной проблеме позволяет рассматривать процессы идентификации, как процессы движения смыслов во времени и пространстве. Изучение смыслов, связанных с материальными и нематериальными объектами, основывается на подходе, объединяющем градостроительный и социологический анализ. Использование теории конвергенции и диффузии инноваций для формирования горизонтальных связей и сетевого взаимодействия позволяет создавать или трансформировать идентичности, укреплять локальный патриотизм, формировать чувство сопричастности горожан с городом, решать ряд социально-экономических проблем, в том числе сокращать отток молодежи в крупные города.

---

[4] Кравченко С. А. Развитие предмета социологии: от монодисциплинарности к меж- и постдисциплинарности // Социологические исследования. 2020. № 3. С. 16–26.

Степень научной разработанности проблемы. Классики социологии, обращаясь к теме архитектуры и ее влиянию на индивида и общество, изучали, как городское планирование влияет на индивида и общество в целом. П. Сорокин предлагал рассматривать архитектурные объекты не только как функциональные конструкции, а как носители социального смысла, «незримой ценности, которую оно символизирует»[5]. Города могут оказывать деструктивное влияние на индивида, не создавая, по мнению Ж. Бодрийяра, яркого образа, впечатления или эмоционального отклика, не побуждая размышлять об «истории искусства, эстетике или архитектуре»[6]. Особую роль в семиологическом анализе У. Эко отводит архитектурным сооружениям, которые предстают не просто как объекты, определяемые их функциональными характеристиками, а становятся средствами коммуникации[7]. На основе этнографического материала, П. Бурдье осуществляет анализ влияния архитектуры на социальную реальность и индивидуальное восприятие, представляет элементы и объекты архитектурного пространства, как связи, которые образуют систему смыслов и функций[8]. Н. Элиас, как и П. Бурдье выступали за процессно-ориентированную социологию, позволяющую учитывать опыт прошлого, воплощенного в том числе в материальных объектах, а также ожидания от будущего при анализе текущих условий[9].

Город становится объектом исследования ряда наук, где рассматриваются различные аспекты его функционирования. Среди них мы особо выделяем социологию города, теорию градостроительства, урбанистику и социологию архитектуры. В архитектуре направление «градостроительство» институционально оформлено, признано академическим сообществом и считается одним из ее

---

[5] Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика. М.: Астрель, 2006.С.196.
[6] Бодрийяр Ж. Архитектура: Правда или Радикальность // Социология архитектуры. М.: Фонд «Русский авангард», 2010. с.313-388. С.388.
[7] Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Симпозиум, 2006. С.258. http://www.philol.msu.ru/~discours/images/stories/speckurs/eco-la-struttura-assente.pdf
[8] Бурдье П. Практический смысл. Пер. с франц. А.Т. Бикбов, К.Д. Вознесенская. СПб: Алетейя, 2001.
[9] Baur N. Process orientated micro-macro-analysis. Methodological reflections on Elias and Bourdieu // Historical Sociological Research, 42 (4), 2017. С.43-74.

разделов[10]. Следует отметить, что на настоящий момент демаркационные границы между социологией города, социологией архитектуры, и городским планированием (урбанистика) носят весьма условный характер. При том, что и урбанистики, и социология города вносят существенный вклад в изучение города, они не исследовали еще механизмы воздействия историко-архитектурного наследия и пространства, выражаемого в художественном образе, на поведение жителя города[11] и требуют дополнительного теоретического и эмпирического осмысления.

Важное место в научных изыскания связи архитектурных объектов и пространств занимает социология архитектуры. Растущее за последние два десятилетия количество публикаций, посвященных различным парадигмам социально-архитектурного знания[12], истории взаимодействия социологии и архитектуры[13], анализу малого исторического города как носителя культуры[14], вопросам становления данной отрасли[15], исследованию городского пространства[16], общественного пространства[17], влиянию культурно-коммуникационного пространства города на самоидентификацию личности свидетельствует об

---

[10] Бочаров Ю.П., Жеблиенок Н.Н., Жеблиенок М.А. Теория градостроительства как система научных знания в работах российских инженеров и архитекторов XX века. 2017. https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-gradostroitelstva-kak-sistema-nauchnyh-znaniy-v-rabotah-rossiyskih-inzhenerov-i-arhitektorov-hh-veka/viewer (дата обращения 11.05.2026)

[11] Marguin S. Architecture and Sociology: A Sociogenesis of Interdisciplinary Referencing // Forum Qualitative Social Research, 2019, Vol.1.

[12] Кияненко К.В. Парадигмы социального знания и обоснования в архитектуре // СОЦИС. 2018. №9. с.30-39.

[13] Мулеев Е.Ю. Архитектура и социология в СССР: опыт взаимодействия // СОЦИС. 2014. № 12. с.111-120. https://www.socis.isras.ru/article/5454

[14] Глазычев В.Л. Глубинная Россия: 2000-2002. М.: Новое издательство, 2003.

[15] Барчугова Е.В., Рочегова Н. Социология архитектуры // Architecture and Modern Information Technologies. 2018. №3(44). с. 377-391 http://marhi.ru/AMIT/2018/3kvart18/23_barchugova_rochegova/index.php (дата обращения 15.01.2026)

[16] Фролова Е.В., Рогач О.В. Местные сообщества в городском пространстве: новые смыслы и деструкции // Вопросы философии. 2025. № 5. С.47-57.

[17] Капков С. А. Эволюция общественных городских пространств. Вестник Московского городского педагоги-
ческого университета. Серия: Философские науки. 2020;1(33):77–84; Фролова Е.В., Калинкин А.А. Развитие общественных пространств как объектов туристского притяжения // Гуманитарные науки. Вестник Финансового Университета. 2025. № 15 (1). С. 124-132.

институционализации социологии архитектуры, и о том, что выкристаллизовываются объект и предмет науки. В свете «пространственного поворота», а именно, переносе внимания на архитектурные объекты и пространства, они стали рассматриваться как неотъемлемые элементы социальных практик[18]. Параллельно с пространственным поворотом, происходит «материальный» поворот в социологии, где внимание сосредотачивается на материальных объектах, их значении и влиянии на социальную жизнь[19], а также на процессах их познания индивидами[20]. По мнению Филиппова А.Ф. «дорога, павильон остановки, киоск - не просто физические тела», а они «имеют социальное происхождение, в них сказываются отношения людей»[21].

Об эволюции взглядов и интересе к социологии архитектуры в начале XXI века свидетельствует практически одновременный выход в свет двух монографий с названием «Социология архитектуры» М.Б. Вильковского[22] в 2010 и П. Джонса в 2011[23]. В ходе предметного самоопределения социология архитектуры становится все более независимой от социологии города, теории градостроительства.

---

[18] Делитц Х. Архитектура в социальном измерении // СОЦИС, № 10, 2008, С. 113-121.

[19] Miller D. Materiality: An introduction // Materiality Miller D. (Ed.). Durham, NC: Duke University Press. 2005. c.1-50.

[20] Baur N., Hering L. Learning from the past. How local economic conventions influence responses to global crises // Human Figurations: Long-term Perspectives on the Human Condition. 2017. Vol. 6(2). https://quod.lib.umich.edu/h/humfig/11217607.0006.208?view=text;rgn=main (дата обращения 18.01.2026)

Edinger E-C. Wissensraum, Labyrinth, symbolischer Ort: Die Universitätsbibliothek als Sinnbild der Wissenschaft. Konstanz/ UVK, 2015.

Frank S. Der Mauer um die Wette gedenken. Die Formation einer Heritage-Industrie am Berliner Checkpoint Charlie. Frankfurt/M.: Campus, 2009.

[21] Филиппов А.Ф. Социология пространства. СПб: «Владимир Даль», 2008. С.238.

[22] Вильковский М.Б. Социология архитектуры. М.: Фонд «Русский авангард», 2010. С.277.

[23] P. Jones. The Sociology of Architecture. Constructing Identities. Liverpool Press, 2011. https://www.researchgate.net/profile/Paul_Jones18/publication/287045744_The_sociology_of_architecture_constructing_identities/links/5d1b1536299bf1547c8f94bb/The-sociology-of-architecture-constructing-identities.pdf?__cf_chl_tk=7BpprQBK475txifpGxk5KCg_6HhVevpR5yj.efPvi_0-1777314951-1.0.1.1-HLx8FhowvwNG2roT4zf.WaTp4HgrLJXUbBEKAWFkBh4 (дата обращения 11.05.2026)

Социология архитектуры как научная дисциплина, в представлении отечественных ученых должна исследовать ««жизнь» архитектуры в обществе»[24], изучать как архитектура создает организованную среду, в которой «овеществляются принятые обществом ценности»[25], а также «роль и положение архитекторов в обществе»[26]. Роль исторических объектов[27] в малых городах, как и более широкая проблематика их функционирования на современном этапе раскрывалась в трудах отечественных ученых[28]. Наиболее значительный вклад в развитие данной отрасли знания внесли наряду с отечественной школой, немецкие, американские и английские исследователи[29]. Следует отметить влияние на формирование данной специальной социологической теории таких ученых как Х.

[24] Глазычев В.Л. Социология архитектуры – какая и для чего? // Сборник Союза архитекторов СССР «Зодчество». 1978. №2 (21). http://www.glazychev.ru/publications/articles/1978_sociology_architecture.htm

[25] Иконников А.В. Пространство и форма в архитектуре и градостроительстве. М.: Ком-Книга, 2006. С.11.

[26] Назарова М.П., Карчагин Е.В., Баркова А.Ю. Социология архитектуры. Учебное пособие. Волгоград, Волгадский ГТУ, 2021. https://www.elibrary.ru/download/elibrary_45803081_74111764.pdf (дата обращения 10.05.2026)

[27] Малые города в социальном пространстве России: [монография] / [А. Ю. Ардальянова, П. В. Бизюков, Р. Г. Браславский и др.]; отв. ред. В. В. Маркин, М. Ф. Черныш; предисл. ак. М. К. Горшков. – М.: ФНИСЦ РАН, 2019.

[28] Пермиловская А.Б. Культурные смыслы народной архитектуры Русского Севера. Екатеринбург: УрО РАН; Архангельск: ОАО «ИПП «Правда Севера»; Ярославль: ЯГПУ им. К.Д. Ушинского, 2013. С.30.

[29] Титков А.С. Социология архитектуры: кирпичи для сборки Рецензия на книгу: Вильковский М.Б. (2010) Социология архитектуры, М.: Фонд «Русский авангард» // Социология власти. 2017. Т.29 (1). doi: 10.22394/2074-0492-2017-1-233-257. С.244.

Р. Бардта[30], Х. Боденшатц[31], Й. Дангшат[32], К. Дёрхёфер[33], М. Макропулос[34], С. Сассен[35], Й. Фишер[36], Г. Шуберт[37], Б. Шеферс[38] и др.

Современная американская социология архитектуры представлена Р. Смитом и В. Бани, которые в своей методологии опираются на символический интеракционизм. Представители манчестерской школы социологии архитектуры А. Янева и С. Гай, рассматривая архитектуру в рамках исследований науки и технологий, акцентируют внимание на разрыве, который образовался в сфере изучения города, архитектурного проектирования и инноваций[39]. В немецкой школе Х. Делитц, Й, Фишера, М. Лев, С. Штеетц, С. Штетцер[40] изучали тему городского развития и теорию пространства, акцентируя внимание на его

---

[30] Bahrdt H.P. Die moderne Großstadt : soziologische Überlegungen zum Städtebau. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 1998. DOI 10.1007/978-3-322-93320-1

[31] Bodenschatz H., Guerra M. (eds.): The Power of Past Greatness. Urban Renewal of Historic Centres in European Dictatorships. Berlin: DOM publishers, 2021.

[32]Dangschat J. Symbolische Macht und Habitus des Ortes. Die Architektur der Gesellschaft aus Sicht der Theorie(n) sozialer Ungleichheit von Pierre Bourdieu. 2009 https://www.researchgate.net/publication/356120243_Symbolische_Macht_und_Habitus_des_Ortes_Die_Architektur_der_Gesellschaft_aus_Sicht_der_Theorien_sozialer_Ungleichheit_von_Pierre_Bourdieu (дата обращения 10.05.2026)

[33] Dörhöfer K. Symbols of Gender in Architecture and Urban Design // Terlinden, U. (eds) City and Gender. Schriftenreihe der Internationalen Frauenuniversität «Technik und Kultur», 2003, Vol. 12. https://doi.org/10.1007/978-3-322-97563-8_5 https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-322-97563-8_5#citeas (дата обращения 10.05.2026)

[34] Fischer J., Makropoulos M. Potsdamer Platz. Soziologische Theorien zu einem Ort der Moderne. München, 2004. https://www.researchgate.net/publication/343788268_Joachim_Fischer_Michael_Makropoulos_Hg_Potsdamer_Platz_Soziologische_Theorien_zu_einem_Ort_der_Moderne_Fink_Munchen_2004 (дата обращения 10.05.2026)

[35] Sassen S. The Global City. New York, London, Tokyo Saskia Sassen, Princeton-New Jersey: Princeton University Press. 1991.

[36]Fischer J., Delitz H. Die Architektur der Gesellschaft. Theorien für die Architektursoziologie, Bielefeld 2009.

[37] Schubert, H. Architektursoziologie als Empirie // K. Rehberg Soziale Ungleichheit, kulturelle Unterschiede: Verhandlungen des 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in München. Teilbd. 1 und 2. Frankfurt am Main: Campus 2006. https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-142842 (дата обращения 10.05.2026)

[38] Schäfers B. Architektursoziologie: Grundlagen – Epochen – Themen. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 2014.

[39] Yaneva A., Guy S. Understanding Architecture, Accounting Society. Science and Technology Studies, 2008.

[40] Löw M., Steets S., Stoetzer S. Einführung in die Stadt- und Raumsoziologie. Verlag Barbara Budrich, 2008. https://www.researchgate.net/publication/320704729_Einfuhrung_in_die_Stadt-_und_Raumsoziologie

пространственной конституции и его реляционной природе[41]. Это теоретическое движение нашло отражение в исследованиях роли архитектуры в формировании восприятия и взаимодействия с окружающей средой индивидов[42]. Процессуальный подход в современных исследованиях социологии архитектуры фокусирует внимание исследователей на том, что здания и сооружения не просто статичные объекты, а динамичные элементы, которые влияют на социальные связи[43]. В исследованиях начала XXI века Й. Нивонер вновь вводит понятия материального пространства в социальный анализ[44], доказывая, что архитектура не является неизменяемой данностью, а трансформируется в результате социальных взаимодействий.

Особый интерес представляют научные труды архитекторов, которые, выходя за рамки своей профессиональной деятельности анализировали процесс воздействия пространства, формы и материалов на социальные отношения, идентичности и идеологии. Еще в начале XX века российский градостроитель Г.Д. Дубилер отмечает, что «здание образует само по себе или вместе с другими пространственную картину»[45], которая имеет эмоциональное воздействие на человека. Значительный вклад в понимание роли архитектуры в обществе внесли такие зарубежные архитекторы как З. Гидион[46], К. Зитте[47], Ле Корбюзье[48], Ф. Л.

---

[41] Löw M. Twenty years after the spatial turn: Space as a form of relationship // Socio-humanistic understanding of space. Seoul: Institute for Urban Humanities. 2017. c.116-142.

[42] Baur N., Hering L. Learning from the past. How local economic conventions influence responses to global crises // Human Figurations: Long-term Perspectives on the Human Condition. 2017. Vol. 6(2). https://quod.lib.umich.edu/h/humfig/11217607.0006.208?view=text;rgn=main

Edinger E-C. Wissensraum, Labyrinth, symbolischer Ort: Die Universitätsbibliothek als Sinnbild der Wissenschaft. Konstanz/ UVK, 2015.

Frank S. Der Mauer um die Wette gedenken. Die Formation einer Heritage-Industrie am Berliner Checkpoint Charlie. Frankfurt/M.: Campus, 2009.

[43] Marguin S. Architecture and Sociology: A Sociogenesis of Interdisciplinary Referencing // Forum Qualitative Social Research. 2021. Vol.22. Art.7 http://dx.doi.org/10.17169/fqs-22.3.3802

[44] Niewöhner J. Raum: Anthropologische Perspektiven. // Theorien in der Raum- und Stadtforschung, ed.by Oßenbrügge J., Vogelpohl A. - Münster: Westfälisches Dampfboot. 2014. c.14-23.

[45] Дубилер Г.Д. Планировка городов. Отдельные оттиски из журнала «Городское дело». СПб. 1910. С.60.

[46] Гидион З. Пространство, время, архитектура / Пер. с нем. М.: Стройиздат, 1975.

[47] Камилло З. Художественные основы градостроительства. М.: Стройиздат, 1991.

[48] Ле Корбюзье. Когда соборы были белыми. Путешествие в край нерешительных людей, М.: Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства «Гараж», 2019.

Райт[49] и др. Различные аспекты социального знания рассматривались советскими и российскими архитекторами, в их числе Ю.П. Бочаров[50], Н.Г. Благовидова[51], В.Л. Глазычев[52], А.Э. Гутнов[53], А.В. Иконников[54], А.В. Крашенинников[55], А.А. Стригалев[56], С.О. Хан-Магомедов[57], К.К. Хачатрянц, М.В. Шубенков, А.И. Царев[58], З.Н. Яргина[59] и др.

Проблема исследования малых городов наиболее глубоко была поставлена архитектором и социологом О.Н. Яницким, который считал, что в России они имеют свои особенности, а подходы к их изучению, сформировавшиеся в США и Европе, не релевантны для нашей страны. Это объясняется тем, что в Европе города фактически слились в единую сеть, в США развитие этих территориальных образований определялось наличием автомобильных дорог, «тогда как в России многие малые города возникли сначала на водных путях, а потом вблизи железных

---

[49] Райт Ф.Л. Изчезающий город/ Пер. с англ. М.: Strelka Press, 2016.

[50] Бочаров Ю.П., Жеблиенок Н.Н., Жеблиенок М.А. Теория градостроительства как система научных знаний в работах российских инженеров и архитекторов XX века // Architecture and Modern Information Technologies. 2017. №4(41). С. 219-230. http://marhi.ru/AMIT/2017/4kvart17/16 bocharov zheblienok/index.php

[51] Благовидова Н.Г., Юдина Н.В. Скрытый потенциал малых городов // Academia. Архитектура и строительство. 2021. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/skrytyy-potentsial-malyh-gorodov (дата обращения: 13.10.2025).

[52] Глазычев В.Л. Глубинная Россия: 2000-2002. М.: Новое издательство, 2003.

[53] Гутнов А.Э. Мир архитектуры: язык архитектуры. М.: 1985. http://rusarch.ru/gutnov1.htm

[54] Иконников А.В. Тысяча лет русской архитектуры. М.: Искусство, 1990.

[55] Крашенинников А.В. Социально-пространственная структура пешеходного пространства // Architecture and Modern Information Technologies. 2012. № 4(21) http://www.marhi.ru/AMIT/2012/4kvart12/krasheninnikov/abstract.php
Крашенинников А.В. Микро-пространства городской среды // Architecture and Modern Information Technologies. 2014. № 4(29) http://www.marhi.ru/eng/AMIT/2014/4kvart14/krash/abstract.php
Крашенинников А.В. Мезо-пространства городской среды // Architecture and Modern Information Technologies. 2015. № 4(33) http://www.marhi.ru/AMIT/2015/4kvart15/krash/abstract.php
Крашенинников А.В. Макро-пространства городской среды // Architecture and Modern Information Technologies – 2016. – № 3(36)
http://marhi.ru/AMIT/2016/3kvart16/krasheninnikov/abstract.php (дата обращения 10.05.2026)

[56] Стригалев А.А. Основы теории советской архитектуры. М.: Центральный научно-исследовательский институт теории и истории архитектуры. 1974.

[57] Хан-Магомедов С.О. Архитектура советского авангарда. Проблемы формообразования. Мастера и течения. М.: Стройиздат, 1996.

[58] Шубенков М.В., Царев А.И. Малый город: поиск стратегии выживания// Academia. Архитектура и строительство. 2014. №2. С.63-68.

[59] Яргина З.Н., Хачатрянц К.К. Социальные основы архитектурного проектирования. М.: Стройиздат, 1983.

дорог»[60]. Констатируя отсутствие в отечественной науке типологии таких поселений, О.Н. Яницкий предлагает к ним относить старые города, определяя их как «рядовые», а также новые - города-спутники, научные городки, военные городки, моногорода, «профильные» города и др. Отдельно он отмечает исторические города России. В нашем исследования внимание будет сфокусировано на малых исторических городах.

Изучение культурной идентичности жителей малых исторических городов требует выхода за рамки единой научной дисциплины, поскольку этот феномен затрагивает философские, социологические, психологические, и градостроительные аспекты. Например, философский взгляд позволяет осмыслить ценности и смыслы, лежащие в основе культурной идентичности, тогда как социология раскрывает механизмы влияния на нее глобальных и локальных социальных процессов. Психологические исследования фокусируются на индивидуальном и коллективном восприятии культурных кодов, градостроительный подход связывает идентичность с физическим пространством. Междисциплинарность в данном контексте становится не просто методологической установкой, но объективной необходимостью.

В широком смысле культурную идентичность можно интерпретировать как понятие, отражающее ценности, нормы, убеждения и практики культуры, к которой принадлежит индивид, формирующееся под воздействием социальной среды и имеющее динамический характер[61]. Сохранение культурной идентичности имеет огромное значение для устойчивости социального разнообразия и культурного наследия[62]. Культурную идентичность как «базовую проекцию индивидуальной идентичности» рассматривает И.С. Семененко[63]. В научном

---

[60] Яницкий О.Н. Малые города России: междисциплинарный анализ // Научный результат. Социология и управление. 2018. https://cyberleninka.ru/article/n/malye-goroda-rossii-mezhdistsiplinarnyy-analiz/viewer

[61] Hall S., du Gay P. Questions of cultural identity. London: Sage, 1996.

[62] Anderson B. Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism. Verso. 1983.

[63] Идентичность: Личность, общество, политика. Энциклопедическое издание. Отв. ред. И.С. Семененко. М.: Изд-во «Весь мир», 2017. С. 312.

знании наиболее распространённым пониманием является интерпретация данного понятия как результата идентификации индивида или группы, выражаемого в их «способности отстаивать самодостаточность культуры в изменяющихся обстоятельствах»[64].

В социологии существуют различные подходы к культурной идентичности, многообразие которых классифицирует в своем исследовании Н.Н. Федотова[65], выделяя кластер методологии исследования идентичности; контексты формирования идентичности и ее изменений; кластер концепций, рассматривающих специфику динамики идентичности и последний кластер – политики идентичности. Методологический ракурс конструктивистского подхода, который рассматривает идентичность как «ключевой элемент субъективной реальности», формирующийся под воздействием социальных процессов[66] открывает нам возможности для изучения механизмов, посредством которых архитектурная среда и повседневное взаимодействие жителей формируют культурную идентарность.

Ключевое для психологии понятие идентичности Э. Эриксон, рассматривал как внутреннее переживание личностной самобытности каждым индивидом в контексте социальной среды, которая его окружает[67]. Наиболее распространенным пониманием в психологии является трактовка социальной идентичности, где, по мнению психолога А. Тэшфела, «Я-концепция индивида, возникает из осознания своего членства в социальной группе (или группах) вместе с ценностным и эмоциональным значением, придаваемым этому членству» [68]. В этнопсихологии

---

[64]Социология культуры: краткий словарь / под науч. ред. Н.В. Туленкова. К.: ИПК ГСЗУ, 2011. С. 378.

[65] Федотова Н.Н. Теоретическая рефлексия динамики идентичности: формирование процессуальной теории. Диссертация на соискание ученой степени доктора социологических наук 2013.

[66] Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М.: Медиум, 1995. С.279.

[67] Эриксон, Э. Идентичность: юность и кризис: // Пер. с англ. Общ. ред. И предисл. Толстых А. В. М.: «Прогресс», 1996. С. 159.

[68] Tajfel, H. Human groups and social categories: Studies in social psychology. Cambridge: Cambridge University Press, 1981. P. 213.

акцент при осмыслении культурной идентичности делается на среде как одном из ключевых факторов, влияющих на ее осознание[69].

В силу своей природы социальные науки не могут претендовать на формулировку абсолютно точных понятий, но позволяют нам выстроить континуум дефиниций, которые дают наиболее полную характеристику изучаемому понятию. В условиях современного мира[70] возрастает роль локальных идентичностей как хранителей коллективной памяти сообществ. К проблеме трансформации идентичности переселенцев в малые города и сельские поселения в процессе дезурбанизации обращается Н.Е. Покровский[71]. Интерпретацию понятий «городская идентичность», «территориальная идентичность», «локальная идентичность» мы анализируем в работах Г.В. Горновой[72], Н.Г. Федотовой[73], О.С. Чернявской[74], а также зарубежных ученых Т. Банини[75] и М. Лалли[76], Г. Прошанского[77] и др. Следует отметить, что на современном этапе отсутствует единый устоявшийся подход к дифференциации понятий. Их взаимопересечение свидетельствует о сложности данного социокультурного феномена и междисциплинарном характере изучаемой проблемы.

---

[69] Стефаненко, Т.Г. Этнопсихология. М.: «Академический проект», 1999. с.208.

[70] Castells M. The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society and Culture, vol. II. Wiley-
Blackwell, 2010.c.69.

[71] Покровский Н.Е., Никишина Е.А., Макшанчикова А.Ю. Что после города? Перспективы сельско-городского жизненного пути // Человек. 2022. Том 33 (5). С. 44-62.

[72] Горнова Г.В. Структура городской идентичности // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2018, № 3(20). С. 14–16. с. 14

[73] Федотова Н.Г. Формирование городской идентичности: факторный и институциональный аспекты. Журнал социологии и социальной антропологии. 2017. 20(3). С.32–49.

[74] Чернявская О.С. Изучение идентичности горожан // Вестник Нижегородского Государственного университета. Серия Социальные науки, 2012, №2(26) с. 96-102. https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-identichnosti-gorozhan/viewer

[75] Banini T. Towards a Methodology for Constructing Local Territorial Identities // Territorial identities in action. Presa Universitara Clujeana, 2021. P. 13–39.

[76] Lalli M. Urban-related Identity: Theory, Measurement and Empirical Findings // Journal of Environmental
Psychology, 1992, № 12. P. 285–303.

[77] Proshansky H. The City and Self-Identity // Environment and Behaviour. 1978. #10. P.147-169; Proshansky, H.M., Fabian, A.K., Kaminoff, R. Place-identity: physical world socialization of the self // Journal of Environmental Psychology, 1983, vol.3, iss. 1. pp. 57-83.

Среди методик изучения культурной идентичности жителей городов мы особо выделяем инструментарий, разработанный И.Н. Воробьевой[78], С.А. Литвиновой и О.И. Муравьевой[79], Н.Г. Федотовой и др.

Культурная идентичность, будучи сформирована под воздействием в том числе физических объектов (архитектурных сооружений и памятников) может быть изменена в результате воздействия на нее. К необходимости формирования культурной идентичности через целенаправленное воздействие на аудиторию писали в своих трудах В.Л. Глазычев, В.И. Лепский[80], Д.С. Лихачев[81], О.Н. Яницкий и многие другие ученые. Для разработки научно обоснованной и методологически выверенной стратегии коммуникационной кампании, направленной на сохранение культурной идентичности жителей малых исторических городов, мы обращаемся к ключевым теориям Э. Роджерса и Ф. Шумейкера[82], К. Шеннона и В. Уивера[83], Б. Уэстли и М. Маклина[84], Д. Берло[85] и У. Шрамма[86], выделяя эволюцию концептуальных подходов (от линейных к процессуальным и конвергентным). В 70-е гг. XX века основной акцент в исследованиях смещается на отношения между индивидами. Особое место в нашем исследовании занимает конвергентная теория, которая сформировалась в ходе эволюции представлений о межличностном взаимодействии и рассматривает «коммуникацию как процесс, в котором информация распространяется

---

[78] Воробьева И. Н. Территориальная идентичность населения: методика эмпирического измерения // Siberian Socium. 2022. Том 7. № 1 (23). С. 29-44 DOI: 10.21684/2587-8484-2023-7-1-29-44 https://www.utmn.ru/upload/iblock/4fd/29_44_Vorobeva.pdf (дата обращения 12.05.2026)

[79] Муравьева О. И., Литвина С. А., Богомаз С. А. Средовая идентичность: содержание понятия // Сибирский психологический журнал. 2015. № 58. С. 136–148. DOI: http://dx.doi.org/10.17223/17267080/58/10

[80] http://www.vremya.ru/2008/60/13/201479.html

[81] Лихачев Д.С. Заметки и наблюдения. СПб: Азбука, 2017. С.379.

[82] Rogers E., Shoemaker F. Communication of Innovations: A cross-cultural Approach. New York, Free Press. 1971. С.239

[83] Shannon C., Weaver W. The Mathematical Theory of Communication. University of Illinois Press. 1998. ISBN 978-0-252-72546-3.

[84] Westley B., MacLean M. A conceptual model for communication research. https://marketing-course.ru/wp-content/uploads/2018/11/Journalism-Quarterly-1957-Westley-31-8.pdf (дата обращения 12.05.2026)

[85] Berlo D. The Process of Communication. An Introduction to Theory and Practice. New York, Holt, Reinhart and Winston.1960. с.106

[86] Schramm W. (Ed.). Mass Communications (2nd ed.). Urbana, IL: University of Illinois Press. 1960.

индивидами в системе с тем, чтобы достичь лучшего понимания ключевой темы»[87]. Таким образом, происходит перенос акцента с донесения информации до индивида на формирующуюся систему связей, где и происходит ее циркуляция. Высоким научным потенциалом для формирования методологического каркаса коммуникационной кампании обладают теория диффузии инноваций Э. Роджерса[88]; теория социального научения А. Бандуры[89], теория запланированного поведения М. Фишбейн и И. Эйджзен[90], конвергентная модель коммуникации Л. Кинкейда и Э. Роджерса[91], которая делает акцент на важности формирования смыслов внутри социальных групп, сообществ, а не навязывании их извне. Теоретический анализ позволяет не только выявить особенности социального взаимодействия в массовой коммуникации, но и критически отобрать наиболее эвристически продуктивные положения, а именно, принцип взаимозависимости источника и получателя, акцент на обратной связи, сетевой структуре коммуникации, идею конвергенции смыслов.

В контексте малых городов, характеризующихся высокой плотностью социальных связей, идентичность конструируется преимущественно через горизонтальные практики и коллективное осмысление информационных сигналов. Конвергентная модель коммуникации позволяет перейти от атомизированного изучения индивидов к диагностике структуры взаимосвязей, а также отслеживанию циркуляции смыслов внутри сообщества.

---

[87] Rogers E. M., Kincaid D. L. Communication network: Toward a new paradigm for research. New York, NY: Free Press, 1981. с. 44

[88] Rogers E. Diffusion of Innovations Free Press London. 1983. https://teddykw2.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/07/everett-m-rogers-diffusion-of-innovations.pdf (дата обращения 10.05.2026)

[89] Bandura A. Social Cognitive Theory of Self-Regulation// Organizational behaviour and human decision processes, 1991, Vol. 50, с. 248-281. с.248.

[90] Fishbein M., Ajzen I. Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Reading. MA: Addison-Wesley, 1975. https://people.umass.edu/aizen/f&a1975.html (дата обращения 10.05.2026)

[91] Rogers E. M., Kincaid D. L. Communication network: Toward a new paradigm for research. New York, NY: Free Press, 1981.

В разработку теории и практики коммуникационных кампаний большой вклад внесли отечественные авторы М.П. Бочаров[92], Бровко С.Л.[93], Д.П. Гавра[94], И.М Дзялошинский[95], А.Н. Чумиков, Ф.И. Шарков[96], Д.П. Шишкин и др. Продуктивными для нашего исследования предстают теории брендинга территорий С. Анхольта[97], П. Родькина[98]; брэндинга города Д. Визгалова[99], Д. Кепферера[100], Э. Кемп[101]. Труды М.С. Байновой, В.И. Дудиной[102], С.В. Володченкова, А.В. Селезневой, Е.В. Фроловой[103], А.Д Харичева[104] и других ученых, посвященные роли местных сообществ, социального активизма, новых коммуникационных технологий в формировании социальной архитектуры раскрывают ключевые механизмы, которые обладают высокой степенью актуальности для формирования культурной идентичности.

---

[92] Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. М.: Изд-во Дело, 2006.

[93] Шишкин Д.П., Гавра Д.П., Бровко С.Л. PR кампании: методологии и технологии. СПб.: Роза мира, 2004.

[94] Гавра Д.П. Понятие и характеристики коммуникационной стратегии. https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-i-harakteristiki-kommunikatsionnoy-strategii/viewer (дата обращения 10.05.2026)

[95] Дзялошинский И.М. Медиатизация культуры в цифровой цивилизации. Ай Пи Ар Медиа. 2022

[96] Шарков Ф.И., Силкин В.В. Коммуникология: теория и практика массовой информации. М.: Дашков и Ко. 2017.

[97] Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. Palgrave MacMillan. 2007.

[98] Родькин П.Е. Брендинг территорий: городская идентичность и дизайн: учебное пособие. Москва-Берлин. Директ Медиа, 2020.

[99] Визгалов Д.В. Брендинг территорий. М.: Институт экономики города, 2011.

[100] Kapferer J.-N. Paris as a Brand // City Branding: Theory and Cases. NY: Palgrave MacMillian, 2013, p.184-189.

[101] Kemp E., Childers C., Williams K. Place branding: creating self-brand connections and brand advocacy // Journal of Product and Brand Management. No 21, 2012, p.508-515.

[102] Дудина В.И. «Пересборка социологии»: цифровой поворот и поиски новой теоретической оптики // Социологические исследования. 2021. №11. С.3-11; Социальный активизм здоровья: вопросы теории и практики: коллективная монография / под ред. В.И. Дудуиной, О.И. Бородкиной. Санкт-Петербург: Скифия-принт. 2024.

[103] Фролова Е.В., Рогач О.В. Местные сообщества в городском пространстве: новые смыслы и деструкции // Вопросы философии. 2025. №5. С.47-57; Местные сообщества в цифровую эпоху: монография / М.С. Байнова, Е.В. Фролова, Е.С. Хаценко [и др.]; под ред. М.С. Байновой. СПб.: Scientia, 2026.

[104] Володченков С.В., Харичев А.Д., Селезнева А.В. Социальная архитектура: теория и практика социальных изменений. М.: Проспект, 2026. С.290.

Объектом диссертационного исследования выступает культурная идентичность жителей малых исторических городов России. **Предметом** исследования является роль архитектурных объектов и градостроительного плана в сохранении культурной идентичности жителей малых исторических городов.

Цель диссертационного исследования состоит в теоретическом обосновании и комплексном градостроительном и социологическом исследовании влияния архитектурных объектов и градостроительного плана на формирование культурной идентичности жителей малого исторического города и выработке коммуникационно-управленческих подходов к ее сохранению**.**

Достижение данной цели предполагало решение следующих ***исследовательских задач***:

- Выделить ключевые теоретические подходы в области социологии архитектуры и теории градостроительства и определить их эпистемологический потенциал для анализа малых исторических городов и культурной идентичности их жителей.
- Обосновать взаимосвязь между материальной средой (архитектурными памятниками, планировкой города) и нематериальными аспектами (традициями, повседневными практиками), формирующими культурную идентичность жителей малых исторических городов.
- На основании градостроительного анализа выявить архитектурные доминанты, влияющие на формирование культурной идентичности и проанализировать их восприятие в социологическом исследовании.
- На основе анализа методик оценки идентичности в социологии и психологии разработать инструментарий для оценки культурной идентичности и провести социологическое исследование. Выявить связь архитектурных объектов и градостроительного плана с культурной идентичностью жителей малых исторических городов.
- Создать методологический каркас для коммуникационных кампаний на основе проанализированных теорий коммуникации; сформулировать

методические приемы для воздействия на культурную идентичность на основании анализа российского и международного опыта.

Мы выдвигаем **гипотезу** о том, что система архитектурных доминант и пространственно-планировочная структура выступают не просто физическим каркасом территории, но являются материализованными носителями культурных кодов и задают конкретные пространственные индикаторы для последующего социологического изучения культурной идентичности. Мы проверяем в ходе социологического исследования что культурная идентичность жителей малых исторических городов формируется через их восприятие памятников архитектуры и градостроительного плана; что существует взаимосвязь между значимостью архитектурных объектов и культурной идентичностью жителей.

Научная новизна исследования заключается в:

1. формировании междисциплинарного теоретико-методологического подхода путем интеграции социологии архитектуры и теории градостроительства для раскрытия роли материального наследия в формировании и поддержании культурной идентичности жителей малых исторических городов России;
2. теоретико-методологическом и эмпирическом обосновании влияния архитектурного и градостроительного наследия на культурную идентичность жителей малых исторических городов России;
3. создании методики исследования, объединяющей градостроительный и социологический анализ, для изучения влияния архитектурных доминант и градостроительного плана на культурную идентичность жителей малых исторических городов;
4. исследовании фактической, функциональной и культурной идентичности, а также разработке и апробации индекса культурной идентичности и индекса значимости архитектурных объектов;

5. формировании методологического каркаса коммуникационной кампании как управленческого механизма сохранения культурной идентичности, базирующегося на синтезе теорий конвергенции и диффузии инноваций;

6. анализе международного опыта проведения коммуникационных кампаний по сохранению культурной идентичности жителей малых городов и выявлении наиболее эффективных методических приемов КК, в том числе использовании социальных медиа.

Теоретическая и практическая значимость работы.

Теоретическая значимость исследования заключается в применении ключевых методологических подходов социологии архитектуры и теории градостроительства к анализу культурной идентичности жителей малых исторических городов. Выделена ключевая роль материальных объектов (архитектурных памятников и градостроительного плана) и нематериального наследия в формировании культурной идентичности. Продемонстрирована эффективность междисциплинарного подхода, включающего в себя градостроительный анализ малого исторического города, направленного на выявление пространственно-планировочной структуры и социологического исследования влияния системы архитектурных доминант и градостроительного плана на культурную идентичность жителей. Разработана методика измерения культурной идентичности жителей малого исторического города и индексы оценки значимости архитектурных объектов и индекс культурной идентичности. Сформирован теоретико-методологический каркас коммуникационной кампании, опирающийся на теорию конвергенции и актуализирующий важность развития сетевого взаимодействия внутри малого исторического города.

Практическая значимость работы заключается в том, что результаты диссертационного исследования могут быть использованы для исследования и сравнительного анализа КИ в малых исторических городах, а также в формирования методологического каркаса коммуникационной кампании как управленческого механизма сохранения культурной идентичности жителей малых

исторических городов России. Выводы по работе также могут быть использованы российскими государственными организациями, административными органами, ориентированным на возрождение культуры, популяризацию внутреннего туризма и развитие малых исторических городов.

Теоретико-методологическая основа исследования:

Теоретико-методологический фундамент диссертационного исследования составляют классические и современные социологические концепции, объясняющие взаимовлияние архитектуры и социума, а также теории формирования идентичности. Продуктивны для нашего исследования идеи П. Бергера и Т. Лукмана о том, что физическая среда интериоризуется индивидом и становится частью его идентичности; концепция габитуса П. Бурдье, объясняющая как историческая среда формирует культурный капитал его жителей. Идеи Э. Дюркгейма помогают нам трактовать архитектурные памятники ка материальные маркеры, влияющие на социальную солидарность. Концепция «пространства места» М. Кастельса позволяет нам выявить механизмы сопротивления локальной идентичности в борьбе с глобальной унификацией. Семиотический подход У. Эко и теория симулякров Ж. Бодрийяра дают возможность нам распознавать как жители декодируют архитектурные объекты как знаки, наделяя их символическим смыслом, не ограничиваясь их функциональным назначением. Положения П. Сорокина о символическом значении архитектурных объектов позволяют нам рассматривать процесс их влияния на культурную идентичность.

В методологический фундамент исследования вошли теоретические положения отечественных социологов, раскрывающие важную роль архитектуры в формировании личности. Особе место занимают труды В.Л. Глазычева об эмоциональном отношении к архитектурным и пространственным объектам и О.Н. Яницкого, посвященные особенностям изучения малых городов и социальной активности горожан в России. Из работ зарубежных исследователей (В. Бани, С. Гай, Х. Делитц, П. Джонса, С. Маргин, Р. Смита, И. Фишера, А. Яневой) продуктивными для нас являются положения об активной роли материальных

объектов в формировании идентичности и поведения. Вопросы определения объектно-предметной области социологии архитектуры, раскрываемые в работах М.Б. Вильковского, К.В. Кияненко, Е.Ю. Мулеева, А.С. Титкова, служат теоретической основой для обоснования включения в нее малых городов.

В связи с тем, что работа носит междисциплинарный характер, в ней используются положения, раскрывающие специфику городов и градостроительства. Концепции А.В. Иконникова о создании архитектурой организованной среды, эмоциональном воздействии на индивида служат обоснованием того, что разрушение архитектурных объектов может нанести урон идентичности горожан. Проблемы разработки политики пространственного развития России, поднятые М.В. Шубенковым и А.И. Царевым, служат основанием для актуализации коммуникационного воздействия на жителей малых исторических городов.

Для разработки коммуникационной теории по сохранению культурной идентичности жителей малых исторических городов используются теории, объясняющие механизм формирования и изменения знаний, установок и поведения. Теория диффузии инноваций Э. Роджерса используется в процессе изменения поведения, где новая установка на бережное отношение к архитектурным объектам распространяется через горизонтальные связи и лидеров мнений. Теория социального научения А. Бандуры обосновывает использование в коммуникационной кампании позитивных поведенческих моделей, направленных на взаимодействие с исторической средой и продвигаемых как образец поведения, транслируемый в СМИ. Теория запланированного поведения И. Айзена, М. Фишбейна дает методологический ключ к пониманию того, как когнитивная оценка архитектурного объекта трансформируется в намерение индивида сохранять его. Конвергентная модель изменения поведения Л. Кинкейда является ключевой в обосновании перехода от линейного взаимодействия к сетевому. Коммуникационная кампания – это не только информирование населения, но и процесс совместного (конвергентного) создания смыслов вокруг архитектурных объектов и формирования чувства сопричастности и культурной идентичности.

Труды отечественных ученых М.П. Бочарова, Д.П. Гавры, А.Н. Чумикова и др. позволяют адаптировать эти теории к российскому контексту, предоставляя инструменты для разработки социальных технологий, направленных на консолидацию местных сообществ вокруг ценностей культурного наследия.

Эмпирическую базу исследования составили:

- Результаты, проведенного автором градостроительного анализа города Осташков в период с 1 мая по 31 мая 2025 года.
- Результаты, проеденного в период с 9 по 15 марта 2026 года в г. Осташков социологического опроса. Всего прошли опрос и ответили на все вопросы анкеты 409 респондентов. Опрос проводился методом лицом к лицу. Анкета была разработана автором и представлена в Приложении к диссертационному исследованию.

Положения, выносимые на защиту:

1. Пространственный и материальный поворот в социологии архитектуры создали условия для исследования малых исторических городов, где памятники архитектуры и пространства выступают субъектами, воздействующими на социум. Материальные носители исторического наследия (архитектурные объекты и градостроительный план) влияют на культурную идентичность жителей малых исторических городов.

2. Междисциплинарный подход, основанный на градостроительном анализе, позволяет выявить архитектурные доминанты и оси с последующей оценкой их значения для респондентов в социологическом исследовании, подтверждает связь между материальными объектами культурного наследия и их влиянием на культурную идентичность жителей малого исторического города.

3. Разработана методология исследования культурной идентичности жителей малого исторического города, включающая три измерения: фактическую,

функциональную и культурную идентичность. Для оценки культурной идентичности сконструированы два индекса: индекс оценки значимости архитектурных объектов и индекс культурной идентичности. В проведённом социологическом исследовании подтверждена гипотеза о том, что чем выше значимость архитектурных объектов, тем сильнее выражена культурная идентичность жителей малых исторических городов.

4. В условиях, когда архитектурная среда является не пассивным физическим фоном, а ключевым символическим ресурсом, влияющим на культурную идентичность жителей малых исторических городов, коммуникационные кампании становятся эффективным управленческим механизмом воздействия на эмоциональное состояние индивидов.

5. Тематические коммуникационные кампании, основанные на теоретико-методологическом принципе конвергентности, использующие сетевое взаимодействие и роль лидеров мнений, позволяют целенаправленно формировать и укреплять культурную идентичность жителей малых исторических городов, превращая жителей в активных субъектов сохранения исторического облика города.

Апробация результатов исследования. В целях установления достоверности результатов диссертационного исследования его автор:

- *представила их в публикациях в рецензируемых научных журналах, включенных в перечень ВАК:*

1) Еремина А.Д. Роль коммуникационных кампаний в сохранении культурной самобытности малых городов // Коммуникология. 2023. Том 11. № 3. С. 101-110.

2) Дмитриева Е.В., Еремина А.Д. Роль коммуникационных программ с использованием социальных платформ в сохранении культурной идентичности малых городов России // Вестник Томского Государственного Университета. Философия. Социология. Политология. 2025. № 88. С. 179-191.

3) Дмитриева Е.В., Еремина А.Д. Социология архитектуры: периферийная область или перспективная сфера исследований // Вестник Санкт-Петербургского Университета. Социология. 2026. № 1. С. 138-151.

4) Дмитриева Е.В., Еремина А.Д. Интегративный подход к сохранению культурной идентичности жителей малых исторических городов (градостроительный и социологический анализ) // Коммуникология. 2026. Том 14. № 3. С. 233-248.

- *представила их в публикациях в прочих изданиях:*

1) Человеческий потенциал как фактор общественного развития: монография / Н.Н. Зарубина, А.В. Носкова [и др.]; под общей редакцией Н.Н. Зарубиной, А.В. Носковой. М.: МГИМО-Университет, 2026. С.143-157.

2) Дмитриева Е. В. Перспективы сохранения социально-культурной идентичности малых городов в условиях цифровой реальности / Е. В. Дмитриева, А. Д. Еремина // Социология и общество: формирование и функционирование общественной памяти : Сборник докладов VII всероссийского социологического конгресса, Москва, Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону, 12–14 ноября 2025 года. – Москва: Российское общество социологов, 2025. – С. 627-629.

- *представила на следующих конференциях:*

- Научно-практическая конференция с международным участием «Человеческий потенциал в науке и высшем образовании: проблемы и перспективы развития» (г. Москва, МГИМО МИД России, 1 декабря 2023 г.). «Культурно-образовательные центры в малых городах России».
- IV Научно-практическая конференция с международным участием «Наука и высшая школа перед вызовами современности: стратегии и перспективы развития» (Москва, МГИМО МИД России 29 ноября 2024 г.) «Цифровые вызовы и решения».
- III Всероссийская научно-практическая конференция «Малые города большой страны» (Ивановский государственный университет 6 июня 2025 г.) «Использование современных коммуникационных технологий и социальных платформ в сохранении идентичности малых городов».

- V Всероссийская научная конференция «Россия как цивилизация: социально-культурные основания российской жизни» (г. Москва, Институт социологии ФНИСЦ РАН 17 октября 2025 г.) «Перспективы сохранение социально-культурной и ценностной идентичности малых городов в цифровой реальности».
- VII Всероссийский социологический конгресс «Социология и общество: формирование и функционирование общественной памяти» (Москва, 12–14 ноября 2025 г.) «Сохранение культурной идентичности малых городов России».
- V Научно-практическая конференция с международным участием «Человеческий потенциал – ресурс и фактор развития России» (МГИМО МИД России 4 декабря 2025 г.) «Социокультурный и человеческий ресурс малых городов России».

Структура диссертационного исследования была обусловлена его целью и исследовательскими задачами. Работа включает введение, три главы, каждая из которых разделена на 2 параграфа, заключение, а также список использованной литературы и трех приложений.

Первая глава носит теоретико-методологический характер, в которой теоретически обосновано рассмотрение малого города и дан анализ культурной идентичности его жителей. В §1.1 диссертант раскрывает теоретические аспекты исследования малого исторического города в социологии архитектуры и теории градостроительства. В §1.2 анализируются основные подходы к пониманию культурной идентичности жителей малого исторического города. Выделяются ключевые методики изучения идентичности с целью разработки инструментария для последующего собственного социологического исследования.

В главе 2 сделан междисциплинарный анализ малого города на примере г. Осташков, Тверской области. В §2.1. приводятся результаты градостроительного анализа г. Осташков. Градостроительный анализ послужил основой для социологического исследования с целью изучения влияния архитектурного

наследия (памятники, градостроительный план города) на формирование культурной идентичности. В §2.2. суммированы выборочные результаты социологического опроса, рассчитаны индексы и приведены подтверждения гипотезы о влиянии архитектурных объектов на культурную идентичность.

В третьей главе проведен анализ теорий коммуникации для выработки оптимальных стратегий, которые позволяют формировать культурную идентичность жителей малых городов. В §3.1. раскрыты основные положения теории конвергентности и диффузии инноваций, которые формируют методологический каркас для проведения коммуникационной кампании. В §3.2. на основе анализа российских и международных кампаний по сохранению культурной идентичности выявлены наиболее эффективные коммуникационные технологии. Акцент в работе сделан на кампаниях, в которых горизонтальные связи был выстроены через использование социальных сетей.

ГЛАВА 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К АНАЛИЗУ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ МАЛОГО ИСТОРИЧЕСКОГО ГОРОДА

В данной главе раскрывается теоретико-методологическая рамка исследования культурной идентичности жителей малого исторического города. В работе анализируются основные подходы к исследованию влияния архитектурных объектов на индивида в социологии архитектуры и градостроительстве. Проводится анализ объектно-предметной области социологии архитектуры и обосновывается включение в нее малых исторических городов.

Мы рассматриваем культурную идентичность как сложный и многоуровневый феномен и раскрываем интерпретацию данного понятия в различных научных парадигмах. В работе приводится анализ методики изучения культурной идентичности.

§ 1.1. Теоретические аспекты изучения малого исторического города в социологии архитектуры и теории градостроительства

Объектом исследования город становится в ряде научных дисциплин, например, социологии города, теории градостроительства, урбанистики и социологии архитектуры. Следует отметить, что на настоящий момент демаркационные границы между социологией города, социологией архитектуры, и городским планированием (урбанистика) носят весьма условный характер.

К теме влияния окружающего пространства и архитектурных объектов на индивида обращались представители практически всех сфер социо-гуманитарного знания. Осмысление поставленных вопросов мы находим в трудах социальных философов и социологов разных эпох и научных школ, например, В. Багни, Ж. Бодрийара, П. Бурдье, Э. Дюргейма, П. Джонса, М. Кастельста, Р. Смита, У. Эко и др. В последние два десятилетия особо интенсивно развивалось направление в немецкой социологии архитектуры и связано с И. Фишер, Х. Делитц, С. Маргин и др. В отечественной науке в развитие специальной социологической теории внесли

значительный вклад М.Б. Вильковский, В.Л. Глазычев, А.В. Иконников, К.В. Кияненко, Е.Ю. Мулеев, А.С. Титков, С.О. Хан-Магомедов, О.Н. Яницкий и др.

В классической социологической традиции Э. Дюркгейм выделял особую категорию морфологических фактов, к которым можно отнести и архитектуру. Архитектурные формы обретают относительную автономность и начинают действовать как самостоятельные реальности, например, оказывая «коллективное давление, принуждающее индивидов к этой концентрации»[105] в определенных пространственных конфигурациях.

Воздействие пространства жизнедеятельности на его обитателей рассматривал Г. Зиммель, акцентируя внимание на изменениях, которые происходят с жителями городов[106] в зависимости от размера города, а также на эмоциональном состоянии и связях, которые индивид выстраивает с окружающим миром. В маленьком городе формы жизни устанавливают тесные контакты между его обитателями, создавая специфический уклад и особую степень сплоченности. В более широком контексте он видел в объектах архитектуры «поворотные точки» социальных отношений, где увековечивается, например, религиозная община; а социальное превосходство и подчинение требует архитектуры[107].

В рассмотренных работах основоположников социологии город существовал как некое отвлеченное общее понятие, как форма жизни большого количества людей, как пространство, в котором осуществляются все экономические, политические и общественные процессы. Впоследствии ученые переносят акцент в исследованиях на изучение смысловых значений архитектурных объектов и пространства, определяющих поведение индивида.

Архитектурные объекты П. Сорокин анализировал не только как функциональные конструкции, а как носители социального смысла, отмечая, что «красота здания в целом или какой-то его части заключается, так сказать, не в его

---

[105] Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение / Э. Дюркгейм, пер. А.Б. Гофман. М.: Юрайт, 2024.
[106] Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002, №3.
[107] Simmel G. Soziologie. Untersuchingen uber die Formen der Vergesellschaftung. Frankfurt: Suhrkamp, 1992.

зримой форме, а в той незримой ценности, которую оно символизирует»[108]. Архитектурный объект воспринимается через призму коллективного сознания и исторического опыта, а его красота — это эмоциональный отклик индивида на созерцаемые здания.

Города могут оказывать деструктивное влияние на индивида, создавая, по мнению Ж. Бодрийяра, впечатление «пустоты (не пространства)». По мнению ученого, в американских городах архитектура не вызывает эмоционального отклика у индивида и не побуждает размышлять об «истории искусства, эстетике или архитектуре»[109].

Особую роль в семиологическом анализе У. Эко отводит архитектурным сооружениям, которые предстают не просто как объекты, определяемые их функциональными характеристиками, а становятся средствами коммуникации. «Рассмотрение наших отношений с архитектурой убеждает в том, что, как правило, имея с ней дело, мы оказываемся вовлеченными в акт коммуникации, что вовсе не исключает функциональности»[110]. Он расширяет понимание акта коммуникации, включая в него не только письменные и вербальные сообщения, но элементы архитектуры, что позволяет глубже осознать разнообразие способов передачи информации и влияния элементов окружающего мира на восприятие реальности индивидом. Более того, У. Эко фокусирует внимание на том, что архитектурный объект выполняет не только функции, а «располагает к определенному поведению»[111]. Архитектура в его понимании — это совокупность знаков первичных, денотирующих и отсылающих человека к утилитарной функции сооружения и вторичных коннотирующих, интерпретирующих, воспроизводящих его символический смысл. Изменения первичных и вторичных значений он иллюстрирует примером со стрельчатым сводом, когда «первичная функция также

---

[108] Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика. М.: Астрель, 2006.С.196.
[109] Бодрийяр Ж. Архитектура: Правда или Радикальность // Социология архитектуры. М.: Фонд «Русский авангард», 2010. с.313-388. С.388.
[110] Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Симпозиум, 2006. С.258. http://www.philol.msu.ru/~discours/images/stories/speckurs/eco-la-struttura-assente.pdf
[111]Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Симпозиум, 2006.с.262. http://www.philol.msu.ru/~discours/images/stories/speckurs/eco-la-struttura-assente.pdf

может испытывать любопытные трансформации из-за несовпадения денотируемой и реально выполняемой функций и что с течением времени некоторые первичные функции, утрачивая свою реальную значимость в глазах адресата, не владеющего адекватным кодом, перестают что-либо значить»[112].

На основе этнографического материала, (исследуя архитектуру традиционного дома кабилов), П. Бурдье осуществляет анализ влияния архитектуры на социальную реальность и индивидуальное восприятие, представляет элементы и объекты архитектурного пространства, как связи, которые образуют систему смыслов и функций[113].

Плодотворным для нашего исследования представляются положения фигуративной социологии, основатель которой Н. Элиас считал, что теоретические и эмпирические исследования имеют слабые позиции, так как ограничены своей временной направленностью, утратив связь как с прошлым, так и с будущим. Вместо этого, социологам также следует взглянуть на прошлое не только потому, что оно интересно само по себе, но и потому, что помогает лучше осознать современные проблемы и особенно потенциальное будущее. По мнению ученого, «вся дискуссия о взаимосвязи социологии и истории затруднена тем фактом, что до настоящего времени даже научные исследования, как правило, не уделяли должного внимания четкому определению как различий, так и взаимосвязи между биологической эволюцией, социальным развитием и историей» [114]. Это, по его мнению, неоправданно, так как изменения в социальной жизни человека, попадающие в поле зрения историков и социологов, происходят в рамках одного и того же биологического вида. И П. Бурдье, и Н. Элиас выступали за процессно-ориентированную социологию, позволяющую учитывать опыт прошлого,

---

[112] Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. СПб.: Симпозиум, 2006. С.280. http://www.philol.msu.ru/~discours/images/stories/speckurs/eco-la-struttura-assente.pdf

[113] Бурдье П. Практический смысл. Пер. с франц. А.Т. Бикбов, К.Д. Вознесенская. СПб.: Алетейя, 2001.

[114] Elias N. The court society. New York. Pantheon Books, 1983. https://archive.org/details/courtsociety00elia/page/23/mode/1up С.28

воплощенный в том числе в архитектурных объектах, а также ожидания от будущего при анализе текущих условий[115].

Аналитический обзор теоретико-методологических подходов, а также современные исследования подтверждают, что архитектурное пространство не просто фон для социальных взаимодействий, но оно активно формирует и влияет на эти связи. Сформировавшаяся *социология города* объединяет эти области, создавая основу для взаимодействия социологов и архитекторов, которые могут выстраивать совместные исследования, чтобы глубже понять, как архитектурные решения влияют на социальные условия и взаимодействия, а также как социокультурный контекст формирует архитектуру. Социология города в качестве объекта исследования выделяет городскую жизнь и её составляющие; в ней город исследуется как тип сообщества (классификация сообществ, переход от одного типа к другому и т. д.); изучает специфику жизни в городе (проблемы, специфические для данной формы объединения индивидов)[116]. Социология города играет важную роль в интеграции архитектурного и социологического анализа, что позволяет на практике принимать более эффективные решения в области городского планирования и развития. Тесное сотрудничество социологов со специалистами по планированию городов создает возможности для формирования устойчивых и инклюзивных городских пространств, которые отражают потребности и интересы всех групп населения. Однако вне поля зрения социологии города остается изучение влияние архитектурных объектов и пространства на поведение жителя города.

Начиная с 1970-х годов, с повышением интереса социологов к городским исследованиям, наблюдается сближение социологии и архитектуры, что также способствует формированию в отечественной науке дисциплины городского планирования (*урбанистики*), активно использующей как социологические, так и

---

[115] Baur N. Process orientated micro-macro-analysis. Methodological reflections on Elias and Bourdieu // Historical Sociological Research. 2017. № 42 (4). С.43-74.

[116] Вершинина И.А. Социология города и урбанизации. М.: Изд-во МГУ, 2025; Вершинина И.А. Современные теории города: социологический анализ. М.: Канон, 2019.

архитектурные подходы для анализа и решения городских проблем. Несмотря на развитие взаимодействия между этими областями, по мнению некоторых исследователей,[117] проанализировавших эволюцию этого направления в европейской мысли, подход остается довольно локальным и не позволяет сделать значимые социологические обобщения или выводы, которые можно экстраполировать на все городские агломерации. Более того, в архитектуре направление «градостроительство» институционально оформлено, признано академическим сообществом и считается одним из разделов архитектуры. В иерархии типов градостроительного знания отечественные ученые выделяют следующие уровни: 1. архитектурная систематизация городского целого; 2. градостроительство; 3. урбанистика (непрофессиональный уровень); 4. общественные науки[118]. На наш взгляд, множественность интерпретации некоторых понятий, отсутствие строго категориального аппарата, продолжающиеся дискуссии о месте урбанистики в системе научного знания ограничивают возможности ее применения в строго научном смысле.

О необходимости развития направления социологии архитектуры в начале 70-х годов XX века писал советский и российский архитектор, теоретик архитектуры В.Л. Глазычев. В статье «Социология архитектуры - какая и для чего?»[119] Ученый рассматривает одну из ключевых проблем архитектурного знания - необходимость формирования научной дисциплины, способной обеспечить объективное понимание социальных аспектов архитектурной деятельности. По его мнению, необходим переход от интуитивно-эмпирического подхода к проектированию, основанному на субъективных представлениях архитектора

---

[117] Marguin S. Architecture and Sociology: A Sociogenesis of Interdisciplinary Referencing // Forum Qualitative Social Research. 2019.Vol. 20.

[118] Бочаров Ю.П., Жеблиенок Н.Н., Жеблиенок М.А. Теория градостроительства как система научных знания в работах российских инженеров и архитекторов XX века. 2017. https://cyberleninka.ru/article/n/teoriya-gradostroitelstva-kak-sistema-nauchnyh-znaniy-v-rabotah-rossiyskih-inzhenerov-i-arhitektorov-hh-veka/viewer

[119] Глазычев, В. Л. Социология архитектуры — какая и для чего? / В. Л. Глазычев // [Официальный сайт В. Л. Глазычева]. 1978. URL: http://glazychev.ru/publications/articles/1978_sociology_architecture.htm (дата обращения: 10.05.2025)

или заказчика, к систематическому и научно обоснованному исследованию действительных потребностей пользователей архитектурной среды. В.Л. Глазычев подчеркивает, что современные масштабы градостроительства, типизация проектных решений и усложнение социокультурной среды делают невозможным опираться исключительно на профессиональный опыт и творческую интуицию. Решение проблемы расхождения между уровнем общественных запросов и конкретными архитектурными решениями он видел в социологии архитектуры.

Специальная социологическая теория - *социология архитектуры*, которая формируется в XX веке, на наш взгляд, позволяет наиболее полно раскрыть связь культурной идентичности индивида с архитектурой, а в нашем контексте с малым историческим городом. Архитектура, несмотря на свою значимость для человеческого опыта, по мнению Х. Делитц, долгое время оставалась на периферии социологического анализа и была «маргинальной социологической темой», где классики социологии затрагивали ее на метафорическом уровне[120]. Следует отметить влияние на формирование данной специальной социологической теории таких ученых как Х. Р. Бардта, М. Макропулос, Й. Фишер, Г. Шуберт, Б. Шеферс, Й. Дангшат, Х. Боденшатц, С. Сассен, К. Дёрхёфер. Социологи, по мнению Х. Делиц, стремились очистить социальное взаимодействие от "вещей", что привело к игнорированию важной роли архитектуры и пространства в социальных процессах. Только в начале XXI века социология подошла к вопросу изучения влияния материальных объектов, но при этом в данной сфере науки у ученых присутствует настороженность. Это во много объясняет отсутствие архитектуры в социологии вплоть до пространственного поворота. Мы можем констатировать, что отсутствие системного подхода в социологии архитектуры**,** специализированных монографий и конференций, посвященных этой теме, ограничило возможности для глубокого понимания влияния архитектуры на социальные структуры в целом, и индивида в частности. В свете

[120] Делитц Х. Архитектура в социальном измерении // СОЦИС. 2008. № 10. С. 113–121.

«пространственного поворота» архитектурные объекты и пространства стали рассматривается как неотъемлемые элементы социального взаимодействия.

Ситуация в этой области знания значительно меняется в начале XXI века, когда в России и Великобритании издаются практически в одно время монографии «Социология архитектуры» М.Б. Вильковского в 2010 и П. Джонса в 2011. В отечественной науке монография российского автора, на наш взгляд, сыграла ведущую роль в институционализации этого направления. По мнению М.Б. Вильковского, акцент в данной теории среднего уровня нужно сделать не на «социальных аспектах, представленных в городе, а скорее, в социально активном, построенном образе городов, деревень, культурных ландшафтов - т.е. в образе общества, имеющем при этом непосредственное отношение к социальному взаимодействию»[121]. Раскрывая объектно-предметное поле социологии архитектуры П. Джонс, особо выделяет связь архитектурных объектов с идентичностью, отмечает ключевую роль архитектора, перед которым стоит задача «вписать свои здания в заданный дискурс идентичности». В этом контексте архитектура обретает «социальный смысл», становится «ориентиром для более широкого общественного дискурса»[122]. Именно социология архитектуры отвечает на вопросы «посредством которых здания начинают представлять коллективные идентичности или социальные ценности»[123].

Объектом социологии архитектуры в отличии от социологии города Х. Делиц считает сооружения и постройки в их реализованном виде. Данную отрасль знания, по ее мнению, «можно понимать как раздел социологии, в центре которого находятся архитектура и теория архитектуры как объекты, опосредующие общество и изучаемые им»[124]. Х. Делиц разработала в своих трудах подход,

---

[121] Вильковский М.Б. Социология архитектуры. М.: Фонд «Русский авангард», 2010. С.277.

[122] Jones P. The Sociology of Architecture. Constructing Identities. Liverpool Press, 2011. https://www.researchgate.net/profile/Paul_Jones18/publication/287045744_The_sociology_of_architecture_constructing_identities/links/5d1b1536299bf1547c8f94bb/The-sociology-of-architecture-constructing-identities.pdf?__cf_chl_tk=7BpprQBK475txifpGxk5KCg_6HhVevpR5yj.efPvi_0-1777314951-1.0.1.1-HLx8FhowvwNG2roT4zf.WaTp4HgrLJXUbBEKAWFkBh4

[123] Там же.

[124] Делитц Х. Архитектура в социальном измерении // СОЦИС, № 10, 2008, С. 113-121.

который демонстрирует «на примерах сооружений архитектуры модерна, в какой степени общество и социальный строй воплощаются в архитектуре и одновременно ею обосновываются - например, как влияет архитектура на конкретные социальные изменения»[125]. Рассмотрение «архитектуры как средства отражения социальных процессов, особенно вопросы "пересечения" архитектуры и социальных процессов, их взаимного влияния», позволяет нам сделать предположение о связи и влиянии архитектурных объектов на формирование такого процесса как культурная идентичность.

Несмотря на включение понятия «социология архитектуры» в научный язык, по мнению специалистов сохраняется терминологическая и понятийная неопределенность. Влияние данной отраслевой социологической теории в научном знании еще в конце XX века не так значимо, а в учебниках по градостроительству нет вообще упоминания социологии архитектуры[126].

О незавершенности дискуссий об объектно-предметной сфере социологии архитектуры свидетельствует сравнение работ Р. Смита и В. Багни с трудами Х. Делитц, которое делает А.С. Титков и приходит к выводу, что пути, по которым должна развиваться наука видятся вышеупомянутыми учеными различными, что, по его мнению, свидетельствует о становлении данной теории[127]. Терминологической четкости в формулировке объекта и предмета социологии архитектуры не встречается даже в специализированных учебниках и отрасль определяется как «исследующая социальные основания создания и существования архитектурной среды, а также роль и положение архитекторов в обществе»[128].

---

[125] Делитц Х. Архитектура в социальном измерении // СОЦИС, № 10, 2008, С. 113-121.

[126] Смоляр И.М. Градостроительство как система научных знаний / Владимиров В.В., Саваренская Т.Ф., Смоляр И.М. М.: УРСС, 1999.

[127] Титков А.С. Социология архитектуры: кирпичи для сборки Рецензия на книгу: Вильковский М.Б. (2010) Социология архитектуры, М.: Фонд «Русский авангард» // Социология власти. 2017. Т.29 (1). doi: 10.22394/2074-0492-2017-1-233-257. С.244.

[128] Назарова М.П., Карчагин Е.В., Баркова А.Ю. Социология архитектуры. Учебное пособие. В.: Волградский ГТУ, 2021. https://www.elibrary.ru/download/elibrary_45803081_74111764.pdf

На современном этапе развития социологии архитектуры конца XX-начала XXI века в зарубежной мысли, по мнению Титкова А.С.[129], можно выделить три ключевые школы: немецкую (Х. Делитц и Й. Фишер), американскую (Р. Смит и В. Багни) и британскую (П. Джонс, А. Янева и С. Гай)

Современная *американская* социология архитектуры может быть представлена Р. Смитом и В. Бани, которые опираются на символический интеракционизм, где роль символов выполняют не только язык, жесты и ритуалы, но и материальные формы, а значит, и архитектурные объекты, которые должна быть изучены как среда и инструмент интеракций. Взаимодействие человек-среда рассматривается как особая сфера исследований. В социологию архитектуры данная школа привносит необходимость фиксации потенциального взаимного влияния между индивидом и его материальным окружением; исследование способов отражения архитектурой представлений о мире и механизмов воздействия среды на человека. Архитектура трактуется не как пассивная декорация для социальных процессов, а как действенная сила, влияющая на мысли и поступки. Ключевыми особенностями работ представителей американской социологии становится доведение исследований до этапа анализа социальных установок в архитектурных сооружениях различной функциональной направленности.

Представители школы социологии архитектуры в *Великобритании* А. Янева (Albena Yaneva) и С. Гай (Simon Guy), рассматривая архитектуру в рамках исследований науки и технологий (STS - Science and Technology Studies), опираясь на междисциплинарный подход, акцентируют внимание на разрыве, который образовался в сфере изучения города, архитектурного проектирования и инноваций. Исследования технологических изменений в дизайне и архитектуре показали, что цифровые технологии за последние десятилетия повлияли на

[129] Титков А.С. Социология архитектуры: кирпичи для сборки. Рецензия на книгу: Вильковский М.Б. (2010) Социология архитектуры, М.: Фонд «Русский авангард». Социология власти, 2017. № 29 (1). С. 233-257. doi: 10.22394/2074-0492-2017-1-233-257

проектные замыслы, варианты дизайна и реализацию проектов в целом[130]. По их мнению, теория акторно-сетевых взаимодействий и социальное конструирование технологий могут быть применены для анализа архитектурных и городских явлений. Здания рассматриваются как активные акторы, а не пассивные объекты, способные влиять на социальные и технические процессы.

Влияние внешних факторов на архитектурные формы и их отражение в материальных объектах окружающей среды в своих работах раскрывает английский ученый П. Джонс, выделяя активное участие политических структур при формировании значимых архитектурных форм, несущих культурную ценность. Такая архитектура отражает политико-экономические изменения и взаимодействие различных групп общества. П. Джонс предлагает проанализировать роль архитекторов в проектах и поднимает вопросы идентичности[131]. То есть речь идет о взаимовлиянии как архитектурных объектов на индивида, так и социально-политической структуры на градостроительство.

Немецкая школа социологии архитектуры ассоциируется прежде всего с именами Х. Делитц и Й. Фишера. На взаимозависимости архитектуры и общества акцентирует внимание Х. Делитц[132], считая, что общество и социальные процессы зримо воплощаются в архитектуре и одновременно определяются ею. Архитектура, по ее мнению,[133], не только влияет на социальную среду, но и формирует ее, отражая социальные и культурные изменения. Как отражение этих дискуссий в немецкой социологии в XXI веке формируются отдельные под-дисциплин, такие как пространственная, архитектурная и планировочная социологии, в рамках которых исследуется влияние пространства и объектов на социальные структуры и

---

[130] Yaneva A., Guy S. Understanding Architecture, Accounting Society // Science and Technology Studies, 2008. Vol.21. c.3-7.

[131] Jones P. The sociology of architecture. Constructing Identities. Liverpool, University Press, 2011. https://www.researchgate.net/publication/287045744_The_sociology_of_architecture_constructing_identities

[132] Барчугова Е.В. Социология архитектуры. Три этапа развития // Architecture and Modern Information Technologies. 2018. №3(44). С. 377-391. http://marhi.ru/AMIT/2018/3kvart18/23_barchugova_rochegova/index.php

[133] Delitz H. Architektur + Soziologie = Architektursoziologie // Politik und Zeitgeschichte, 25, 2009. С. 11-16, https://www.bpb.de/apuz/31936/architektur-soziologie- architektursoziologie

взаимодействия. В качестве задач, стоящих перед социологией архитектуры можно выделить следующие: анализ влияния инновационных технологий или материалов на социальные отношения, передвижения и коммуникации; изучение степени отражения доминирующих ценностей общества в архитектуре; отражение социальной структуры, а также характера взаимодействия поколений через архитектуру.

На наш взгляд особое внимание нужно уделить развитию социологии архитектуры в Германии начиная с 2000 годов. Так теорию пространства разрабатывали современные немецкие ученые М. Лев, С. Штеетц, С. Штетцер[134]. В ней они изучали влияние пространства на индивида, особенности современного города и выделяли ключевые подходы к пониманию урбанизированного общества. Концепцию пространства они интерпретируют через взаимосвязь структуры и действия. Начиная с 2000-х гг. концепция пространства становится в немецкой социологии архитектуры центральной темой. Так, Н. Бауэр исследует роль архитектуры в формировании индивида через взаимодействие с окружающей средой[135]. М. Лев[136] осмысляет конституцию пространства и его реляционую природу, пытаясь перейти от представления о пространстве как фиксированном объекте к его динамическому пониманию. Понимание пространства как релятивного открывает новые возможности для анализа. В этом контексте исследователи рассматривают не только физическое расположение объектов, а прежде всего когнитивные процессы, через которые люди воспринимают и интерпретируют пространство. Параллельно с пространственным поворотом,

---

[134] Löw M., Steets S., Stoetzer S. Einführung in die Stadt- und Raumsoziologie. Verlag Barbara Budrich. 2008. https://www.researchgate.net/publication/320704729_Einfuhrung_in_die_Stadt-_und_Raumsoziologie

[135] Baur N., Hering L. Learning from the past. How local economic conventions influence responses to global crises // Human Figurations: Long-term Perspectives on the Human Condition. 2017. Vol. 6(2). https://quod.lib.umich.edu/h/humfig/11217607.0006.208?view=text;rgn=main

Edinger E-C. Wissensraum, Labyrinth, symbolischer Ort: Die Universitätsbibliothek als Sinnbild der Wissenschaft. Konstanz/ UVK, 2015.

Frank S. Der Mauer um die Wette gedenken. Die Formation einer Heritage-Industrie am Berliner Checkpoint Charlie. Frankfurt/M.: Campus, 2009.

[136] Löw M. Twenty years after the spatial turn: Space as a form of relationship // Socio-humanistic understanding of space. Seoul: Institute for Urban Humanities. 2017. c.116-142.

происходит «материальный» поворот в социологии. Д. Миллер[137] в своих работах акцентирует внимание на материальных объектах и том значении, которое они оказывают на социальную жизнь.

Ученые, которые придерживаются подхода в социологии архитектуры, который мы можем охарактеризовать как процессуальный, видят здания и сооружения не статичными объектами, а динамическими элементами, влияющими на социума в целом и индивида в частности[138].Архитектура, по мнению Й. Нивонер[139], не является неизменной сущностью, а трансформируется в результате социальных взаимодействий. Краткий обзор трудов вышеупомянутых авторов дает нам понимание того, как люди создают и конструируют свои социальные миры через взаимодействие с пространством. На этом этапе развития социологии архитектуры мы констатируем значительный сдвиг в методах исследования. Отмечаем, что открывается новый подход к пониманию взаимодействия между архитекторами, пространством и обществом. Все это безусловно способствует интеграции более устойчивых и инклюзивных практик в архитектурном и градостроительном дизайне.

Таким образом акцент в социологии архитектуры смещается с того, чтобы характеризовать строения, на исследование их восприятия в социуме, их символической ценности для общества. Архитектура в этом контексте становится средством передачи культурных ценностей и социальных норм. Более того здания и сооружения – это не только символы, а самодостаточные объекты, которые взаимодействуют с людьми. Все это потребует от ученых более глубокого анализа архитектурных форм и их значимости в социальном контексте, чтобы раскрыть особенности этой интеракции. Влияние архитектуры на социальную динамику можно исследовать через общественные пространства, которые либо

---

[137] Miller D. Materiality: An introduction // Materiality Miller D. (Ed.). - Durham, NC: Duke University Press. 2005. c.1-50.

[138] Marguin S. Architecture and Sociology: A Sociogenesis of Interdisciplinary Referencing // Forum Qualitative Social Research. 2021. Vol.22. Art.7 http://dx.doi.org/10.17169/fqs-22.3.3802

[139] Niewöhner J. Raum: Anthropologische Perspektiven // Theorien in der Raum- und Stadtforschung, ed.by Oßenbrügge J., Vogelpohl A. - Münster: Westfälisches Dampfboot. 2014. c.14-23.

способствуют, либо препятствуют взаимодействию между различными группами населения. Подводя итог современному этапу развития социология архитектуры, где акцент сделан на материальности и процессах, можно констатировать, что она проходит важный этап переосмысления своей роли в изучении общества. По нашему мнению, это будет способствовать более тесной интеграции архитектуры и социологии, а также углубленному пониманию взаимодействия между пространством, социальной жизнью и индивидом. В анализе исследований, проведенных за последнее время прослеживается процесс уточнения предметно-объектной области социологии архитектуры. Также очевидна эволюция таких понятий как «пространство», «материальность», эволюция объекта и предмета социологии архитектуры.

Социология архитектуры, рассматривающая материальную среду как активный фактор поведения социума, формирует методологический каркас для нашего исследования культурной идентичности жителей малых исторических городов. Именно в них строения и градостроительный план являются ключевыми носителями смысла и культурных кодов.

Проведенный нами анализ показал, что малые исторические города России очень неоднородны и существенно различаются по историческому генезису, функциональному назначению, производственной базе, степени интеграции в региональные и национальные урбанистические структуры, а также по характеру жизненного уклада населения. В каждом из этих типов поселений характеризуется собственной логикой функционирования, системой жизнеобеспечения, социальной структурой, степенью территориальной и экономической автономии, а также специфическими рисками и ресурсами.

В изучении малых городов, мы особо отмечаем вклад, сделанный социологом и архитектором по образованию О.Н Яницким. Он считал, что малые города в России имеют свои особенности, а подходы, сформировавшиеся в США и Европе по их изучению, не подходят для нашей страны. Так, например, в Европе города фактически слились в единую сеть, а в США особенности развитие этих территориальных образований определялось наличием автомобильных дорог,

«тогда как в России многие малые города возникли сначала на водных путях, а потом вблизи железных дорог»[140]. Исключительную ценность имеют малые исторические города, которые расположились вдоль водных торговых путей (на берегах Волги, Камы, Оки и других судоходных рек). Среди них выделяются Плес, Кинешма, Рыбинск, Городец, Юрьевец и ряд других населённых пунктов, чья историческая роль в системе внутренней торговли, ремесленного производства и духовной жизни страны определила высокий потенциал их социокультурного капитала. Водные пути в дореволюционной России выполняли функции не только транспортных артерий, но и каналов культурной диффузии[141]. Малые города, расположенные вдоль этих маршрутов, становились узлами взаимодействия между центром и периферией, между различными социальными слоями (купечеством, духовенством, крестьянством, ремесленниками) и культурными традициями. Так, например, Рыбинск в XIX веке превратился в «столицу бурлаков» и один из крупнейших речных портов Российской империи, что способствовало формированию уникальной социальной среды и культурной мифологии, Городец прославился своей уникальной росписью[142], а Плес позднее стал местом для вдохновения художников.

По мнению О.Н. Яницкого, в отечественной социологии «нет никакой типологии малых городов»[143], а разработанная в градостроительстве типология, позволяющая считать таковыми территориальные образования с численностью населения 50 тысяч человек[144], не отражает особенности малых городов России. В своих работах ученый выделяет малые (старые) города, которые он определяет как

---

[140] Яницкий О.Н. Малые города России: междисциплинарный анализ // Научный результат. Социология и управление. 2018. https://cyberleninka.ru/article/n/malye-goroda-rossii-mezhdistsiplinarnyy-analiz/viewer

[141] Русская история: Полный курс лекций: В 3 томах / В.О. Ключевский – Москва: АСТ; Минск: Харвест, 2002. / Т. 2. – 592 с.URL: https://azbyka.ru/otechnik/Vasilij_Klyuchevskij/kurs-russkoj-istorii/ (дата обращения 15.10.2025)

[142] Городецкая роспись: официальный сайт. URL: https://artgor.ru/ (дата обращения 14.10.2025)

[143] Яницкий О.Н. Малые города России: междисциплинарный анализ // Научный результат. Социология и управление. 2018. Том 4. №4. DOI: 10.18413/2408-9338-2018-4-4-0-5. URL: https://rrsociology.ru/journal/article/1582/

[144] Свод Правил Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений» (СП 42.13330.2016), https://docs.cntd.ru/document/456054209

«рядовые», а также новые - города-спутники, научные городки, военные городки, моногорода, «профильные» города и др. Отдельно он обращает внимание на города-музеи, приводя в пример, Суздаль, Плёс, Переславль-Залесский, и возрождаемые старые города (г. Мышкин).

Особенностью российских городов является их организация согласно генеральным планам, которые в ходе градостроительной реформы Екатерины II, были созданы архитекторами, входившими в «Комиссию для устройства городов», возглавляемую крупным государственным деятелем И.И. Бецким. Тем самым было положено начало большой и мощной градостроительной реформе, которая изменила облик российских городов. Комиссия просуществовала 34 года и за это время было подготовлено 416 генеральных планов городов, в которых было предусмотрено заменить их исконный облик свободной планировки застройкой регулярного типа.

Важно отметить, что реформы сформировали понимание города как пространства, где все упорядочено и, которое отражает сложившиеся устои государства. В таком поселении жилая застройка разделена по сословиям, но при этом обеспечен равный доступ ко всем общественным благам (вода, рынок, школа). Традиционно в центре города располагались административные и просветительские учреждения, символизирующие главенство знания. Четкий план города выполнял не только эстетическую, но и воспитательную и административную задачу. Геометрия улиц, площадей и кварталов способствует дисциплине, санитарии, безопасности и управляемости. Идеи градостроительства в России, отражавшие во многом традиции европейского просвещения, имели специфически российский акцент, где планирование всегда было связано с решениями социальной инженерии.

По мнению историка архитектуры Н. Ф.Гуляницкого, «планы городов 1780–1790-х годов, даже если не ссылались прямо на Бецкого, воплощали дух его просветительской урбанистики: порядок, ясность, функциональность, подчинение

пространства целям государственного благоустройства»[145]. Просветительская концепция «регулярного города» И.И. Бецкого стала важным идеологическим фундаментом для урбанистической политики Екатерины II. Его влияние проявилось в обязательном включении образовательных и социальных учреждений в городскую структуру; стремлении к геометрическому порядку и функциональному зонированию; восприятии города как инструмента государственного управления и воспитания. В городах на Волге эти принципы были реализованы преимущественно в новых поселениях или уездных городах, тогда как исторически сложившиеся малые города, не вошедшие в новую административную иерархию, сохранили традиционную планировку.

В период правления Екатерины II, было спроектировано много городов, однако реализовали только немногие из градостроительных планов. В этой связи города, получившие регулярную планировку в тот период — такие как Осташков — несут исключительную ценность. Их устойчивая градостроительная структура, заложенная в XVIII веке, стала фундаментом для развития и с позиции высокого скрытого инновационного потенциала (далее СИП) сегодня выступает ключевым фактором.

В нашем диссертационном исследовании мы рассматриваем малые города, которые обладают выраженной историко-культурной идентичностью. Точнее это, по определению О.Н. Яницкого, «города-музеи» и населённые пункты с богатым культурным наследием. Выбор именно этой категории малых городов обусловлен теоретико-методологической необходимостью перехода от формального описания к глубинному анализу внутренней структуры жизни горожан. В городах с богатым культурным наследием эта связь приобретает особую ценность. В поселениях такого типа институциональная среда (музеи, библиотеки, дома культуры), материальное наследие (архитектурные ансамбли, памятники) и нематериальные практики (традиции, фольклор, местные праздники) образуют единую систему, которая воспроизводится и развивается через жизнедеятельность самого

[145] Москва и сложившиеся русские города XVIII - первой половины XIX веков. Под общ. ред. Гуляницкого Н. Ф. М.: Стройиздат, 1998

населения. Все это дает нам основания рассматривать такие города не просто как места проживания, а как точки накопления и воспроизводства социокультурного капитала.

Мы анализируем малые исторические города как целостные образования, где исторические здания и общественные пространства формируют дискурс для жизни горожан, влияя, конструируя и определяя их идентичность. В нашем исследовании мы видим материальную среду не только как физическое пространство, а как среду, где проживают людей с определенным образом жизни, традициями и культурными нормами. Изучаем как модели поведения формируются в результате коммуникации индивида с архитектурными формами.

При изучении малых исторических городов особое внимание следует уделить эмоциональному компоненту восприятия материальных объектов. По мнению В.Л. Глазычева, социология архитектуры исследует различные формы «неудовлетворенности, возникающие в контакте людей с архитектурой, интересуется изменением этих форм»[146]. Архитектурные объекты, обладая символической ценностью, могут вызывать «у различных людей оценку со знаком плюс (восхищение) или минус (неудовлетворенность всех ступеней). Человек же для социологии архитектуры – создатель архитектуры и ее потребитель в самом широком смысле»[147]. Эту тему мы также встречаем в работах Т.М. Дридзе[148]. Важно исследовать не только характеристики строений, а то, как они воспринимаются и что обозначают в контексте общества.

Как уже отмечалось ранее, в начале XXI века усилился интерес в социогуманитарном знании к пространству и его влиянию на индивида. В российской науке в осмысление пространства значительный вклад внес А.Ф. Филиппов, который обосновывает неразделимость физического и социального,

---

[146] Глазычев В.Л. Социология архитектуры - какая и для чего? // Сборник Союза архитекторов СССР «Зодчество». 1978. №2 (21). http://www.glazychev.ru/publications/articles/1978_sociology_architecture.htm

[147] Там же.

[148] Дридзе Т.М. Коммуникативные механизмы культуры и прогнозно-проектный подход к выработке стратегии развития городской среды // Город как социокультурное явление исторического процесса. М.: Наука, 1995.

считая, что «аналитическое расчленение места и смысла вторично, искусственно по отношению к его первичной данности участникам коммуникации: именно постольку, поскольку оно есть такое, а не иное место, смысл не отмысливается от него, но выступает как собственное определение самого места - не только «физическое», но и «социальное»»[149]. По мнению ученого, «дорога, павильон остановки, киоск - не просто физические тела», а они «имеют социальное происхождение, в них сказываются отношения людей, они произведены»[150].

Операционализируя понимание П. Бурдье физического пространства как проекции социального[151], предлагает проводить анализ социального зонирования районов исходя из концентрации в них культурного капитала Д.В. Голоухова, «оценивая количество образовательных центров, платных детских садов и школ, учреждений культуры, развлекательных центров и т.п.»[152].

Архитектурные объекты и пространства формируют образ города, как и, например, определенный стиль архитектуры, в котором интегрированы и улицы, и здания. По мнению Иконникова А.В., классицизм создавал новые отношения между зданиями и улицей, а дом «не воспринимался более как самостоятельный объем, став частью обрамления уличного пространства как чего-то позитивного, имеющего собственное значение. Отсюда - незнакомое ранее предпочтение главному фасаду, обращенному на улицу»[153].

Анализируя городские пространства, по мнению А.С. Титкова, можно выделить ключевые составляющие «(A) проект, (B) культурный фон, (C) материальное воплощение проекта и (D) интерпретационная гибкость пользователей» [154]. Он сопоставляет, как специалисты из разных областей, социологии и архитектуры создают новые представления о модели пространства,

---

[149] Филиппов А.Ф. Социология пространства. СПб: «Владимир Даль», 2008. С.237.
[150] Там же с.238.
[151] Бурдье П. Социология социального пространства. СПб: Алетейя, 2007.
[152] Голоухова Д.В. Особенности пространственной культуры современной Москвы // Вестник МГИМО. 2015. С. 141-149. https://elibrary.ru/download/elibrary_23676377_12441384.pdf
[153] Иконников А.В. Тысяча лет русской архитектуры. М.: Искусство, 1990. С.281.
[154] Титков А.С. Социология архитектуры: кирпичи для сборки Рецензия на книгу: Вильковский М.Б. (2010) Социология архитектуры, М.: Фонд «Русский авангард» // Социология власти. 2017. Т.29 (1). doi: 10.22394/2074-0492-2017-1-233-257 с.250.

которые отражают его материальные и социальные аспекты. Основную проблему А.С. Титков видит в противоречии между традиционными методами анализа пространства и современными подходами, под которыми пространство понимается как продукт взаимодействия людей и инфраструктуры[155]. Автор предлагает воспринимать и интерпретировать пространство как онтологически сложное явление, где происходит своеобразный симбиоз социальных практик и материальных структур.

В последние два десятилетия социология архитектуры действительно значительно расширила свои горизонты, что, на наш взгляд, позволяет включить в ее объектно-предметную область малые исторические города и анализировать их с различных точек зрения. Прежде всего с позиции сохранения культурного наследия, так как в малых городах часто сосредоточены уникальные архитектурные памятники и элементы культурного достояния, которые важны для идентичности местных жителей. Исследования в этой области акцентируют внимание на вызовах, связанных с сохранением этих объектов в условиях урбанизации и глобализации. Малые города исследуются не только как физические пространства, но и как социальные формации, где проживают людей с определенным образом жизни, традициями и культурными нормами. Они обладают своими уникальными системами коммуникации, которые можно рассматривать через призму архитектурного пространства. Например, общественные площади, местные рынки и культурные центры служат местами для социального взаимодействия, что способствует сплочению местных сообществ (community), о которых писал Р. Парк и поддержанию социальных связей.

Социология архитектуры рассматривает малые города как материальные объекты, которые создают контекст для жизни и деятельности горожан, изучает не только исторические здания, но и пространства, которые оказывают влияние на восприятие индивидов. Особый акцент мы делаем в данной работе на том, каким

[155] Титков А.С. Социологи и архитекторы: два пути к новым онтологиям // Социология власти, 2017. Vol. 29 (1). С. 8-18.

образом архитектурные элементы могут способствовать чувству принадлежности, идентичности и гордости жителей.

Особый интерес представляют научные труды архитекторов, которые, выходя за рамки своей профессиональной деятельности, обращались к социальным аспектам архитектуры, предлагая оригинальные интерпретации того, как пространство, формы и материалы зданий могут формировать социальные взаимодействия, идентичности и даже идеологии. Их работы стали важным мостом между науками, способствуя интеграции социальных аспектов в архитектурную практику. По мнению самих специалистов в этой сфере, «архитекторы, находясь внутри своей профессии, берут на себя смелость определять не только принципы построения архитектурной среды, но и принципы организации человеческого существования»[156]. Так, в работах начала XX века российский градостроитель Г.Д. Дубилер пишет о необходимости такой планировки, которая «должна по возможности удовлетворять еще и требованиям художественной характеристики»[157]. Характеризуя архитектурные площади важно при размещении зданий на площади, учитывать, что «то же здание образует само по себе или вместе с другими пространственную картину»[158], которая имеет эмоциональное воздействие для человека.

Значительный вклад в теорию градостроительства внесли З. Гидион[159], Ле Корбюзье[160], К. Зитте[161], Ф. Л. Райт[162] и др. Различные аспекты социального знания рассматривались советскими и российскими архитекторами, в их числе Ю.П. Бочаров, Ю.С. Высоковский, В.Л. Глазычев, А.Э. Гутнов, А.В. Иконников, К.К. Карташова, А.В. Крашенинников, Л.Б. Коган, Г.Д. Платонов, И.М. Смоляр, С.О.

---

[156] Барчугова Е.В. Социология архитектуры. Три этапа развития / Е.В. Барчугова, Н.А. Рочегова // Architecture and Modern Information Technologies. 2018. №3(44). С. 377-391.
[157] Дубилер Г.Д. Планировка городов. Отдельные оттиски из журнала «Городское дело». СПб. 1910. Стр.5.
[158] Там же. С.60.
[159] Гидион, З. Пространство, время, архитектура / Пер. с нем. М.: Стройиздат, 1975.
[160] Ле Корбюзье. Когда соборы были белыми. Путешествие в край нерешительных людей. М.: Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства «Гараж», 2019.
[161] Камилло З. Художественные основы градостроительства. Москва: Стройиздат, 1991.
[162] Райт Ф.Л. Изчезающий город/ Пер. с англ. М.: Strelka Press, 2016.

Хан-Магомедов, К.К. Хачатрянц, З.Н. Яргина и др. Так, одним из самых значимых этапов в развитии русской архитектурной мысли являются разработанные архитекторами авангарда основы новой жизнедеятельности общества в 20-30-е годы XX века[163].

В дальнейшем, на протяжении всего XX века русские теоретики архитектуры продолжали изучать взаимодействие общества и создаваемой архитектурной среды. Примером таких исследований могут служить труды А.В. Иконникова, считавшего архитектуру связующим звеном между материальной и духовной составляющими культуры. В своей работе «Тысяча лет русской архитектуры» он цитирует русскую поговорку, характеризуя влияние города на индивида. ««Что город – то норов», - говорили наши деды. И неповторимость каждого «норова» претворялась в характере среды»[164]. Подсознательно считываемая людьми информация, заложенная в архитектуре, способна регулировать их поведение, вырабатывать нормы взаимодействия, определять выбор среды обитания. По мнению ученого, описать русскую архитектуру достаточно сложно, так как ее символами могут быть как «суровые избы Севера и изящно-лиричные московские особняки; палаты Пскова с их живописной, как будто нарочито неровной кладкой стен и владимирские храмы, формы которых тонко и точно вытесаны из белого камня; буйную фантастичность Василия Блаженного и математически выверенную гармонию петербургского Адмиралтейства; суровую сдержанность построек древнего Новгорода и жизнерадостную декоративность дворцов «елизаветинского барокко»»[165]. Такое архитектурное разнообразие закладывало традиции и многоликие черты русской архитектуры, особенности национального характера. В упорядочивании городов по замыслу Петра 1 были не только социально-экономические, но и политические цели. Впоследствии предусмотренная административной реформой 1755 сеть городов, по мнению А.В. Иконникова представляла собой не только «практическое удобство, сколь символическую

---

[163] Хан-Магомедов С.О. Архитектура советского авангарда. Проблемы формообразования. Мастера и течения. М.: Стройиздат, 1996.
[164] Иконников А.В. Тысяча лет русской архитектуры. М.: Искусство, 1990. С.6.
[165] Там же с. 9.

ценность»[166]. Впоследствии эти планы осуществлялись в соответствии с идеями, заложенными в 1762 г. «Комиссией о каменном строении Санкт-Петербурга и Москвы», которую возглавлял сенатор И.И. Бецкий. Особое значение в исследовании культурной идентичности имеет понимание и интерпретация градостроительного плана малых исторических городов, который несет особый смысл и символизирует русский путь созидания и оформления пространства, транслирует посредством языка архитектуры систему архетипов, сформировавшуюся в доязыковый период из коллективного бессознательного.

Различные аспекты темы малых городов затрагивались в трудах отечественных ученых[167]. Например, деревянная архитектура малых городов Русского Севера, по мнению исследователей, выступает доминантой «традиционной культуры русского народа», воплощает «народное православие и миопоэтическое мировоззрение русского народа»[168].

В теории градостроительства, по мнению Крашенинникова А.В., социальное пространство города рассматривается как реальная городская среда, где реализуются различные жизненные сценарии. Он предложил социально-пространственные «морфотипы»: микро-, мезо- и макро-пространства, которые, потом стали инструментами для проектирования пешеходных пространств[169].

---

[166] Иконников А.В. Тысяча лет русской архитектуры. М.: Искусство, 1990. С.275.

[167] Малые города в социальном пространстве России: [монография] / [А. Ю. Ардальянова, П. В. Бизюков, Р. Г. Браславский и др.]; отв. ред. В. В. Маркин, М. Ф. Черныш; предисл. ак. М. К. Горшков. - М.: ФНИСЦ РАН, 2019.

[168] Пермиловская А.Б. Культурные смыслы народной архитектуры Русского Севера. Екатеринбург: УрО РАН; Архангельск: ОАО «ИПП «Правда Севера»; Ярославль: ЯГПУ им. К.Д. Ушинского, 2013. С.30.

[169] Крашенинников А.В. Социально-пространственная структура пешеходного пространства // Architecture and Modern Information Technologies. 2012. № 4(21) http://www.marhi.ru/AMIT/2012/4kvart12/krasheninnikov/abstract.php
Крашенинников А.В. Микро-пространства городской среды // Architecture and Modern Information Technologies. 2014. № 4(29) http://www.marhi.ru/eng/AMIT/2014/4kvart14/krash/abstract.php
Крашенинников А.В. Мезо-пространства городской среды // Architecture and Modern Information Technologies. 2015. № 4(33) http://www.marhi.ru/AMIT/2015/4kvart15/krash/abstract.php
Крашенинников А.В. Макро-пространства городской среды // Architecture and Modern Information Technologies 2016. № 3(36)
http://marhi.ru/AMIT/2016/3kvart16/krasheninnikov/abstract.php

Российские ученые М.В. Шубенков и А.И. Царев поднимают проблемы малых городов России, подчеркивая острую необходимость государственного планирования и разработки эффективной политики пространственного развития России, особенно в контексте кризиса малых городов и территорий. Без такой политики происходит деградация исторически сложившихся систем расселения, обезлюдение обширных регионов и утрата культурного, экономического и стратегического потенциала таких поселений. В то же время существуют предложения радикальной перестройки системы расселения с акцентом на развитие крупных агломераций, что ставит под вопрос будущее малых городов. «Важной характеристикой малых городов является их национальное историко-культурное своеобразие, определяемое традициями, образом жизни различных этносов, народностей. С исчезновением сети малых городов произойдет утрата важной части историко-культурного наследия многонациональной страны, что, в свою очередь, повлечет необратимые последствия для социальной и культурной составляющих жизни общества в целом» [170].

Человека в архитектурном окружении К.В. Кияненко рассматривает как «клиента и обитателя, организуемой архитектором жизни, социальной роли пространства и архитектуры как сферы социальной практики»[171]. Автор, характеризуя средовую парадигму, обращает внимание что акцент смещается на взаимодействие человека с пространством и другими людьми, что важно при создании демократичной архитектуры соучастия. Средовая парадигма архитектурного проектирования рассматривает человека как активного участника формирования пространства, взаимодействующего с окружающими и контролирующего степень вовлеченности в социальные связи через территориальную организацию, поэтому «речь идёт здесь о сотрудничестве архитектора и местного сообщества в процессах совместного создания среды»[172].

---

[170] Шубенков М.В., Царев А.И. Малый город: поиск стратегии выживания. // Academia. Архитектура и строительство. 2014. № 2. С. 63-68.

[171] Кияненко К.В. Парадигмы социального знания и обоснования в архитектуре // Социологические исследования. 2018. №2. С.30-39 DOI: 10 .31857/S013216 2500019 56-4

[172] Кияненко К.В. Парадигмы социального знания и обоснования в архитектуре // Социологические исследования. 2018. №2. С.30-39 DOI: 10 .31857/S013216 2500019 56-4

Архитектуру как сложную систему, взаимодействующую с социальной средой, рассматривают архитекторы З. Н. Яргин и К. К. Хачатрянц[173], подчёркивая необходимость учёта общественных потребностей, культурных контекстов и поведенческих моделей пользователей при создании архитектурной среды, предлагая интегрировать социологические знаний в практику архитектурного проектирования.

Тенденция к учету социальных процессов и сохранению исторического ландшафта в проектировании, возникшая в 60-х гг. XX века в Америке, представлена ярче всего в работах Д. Джекобс. Она анализировала процесс «широко открытого» проектирования, включая в него непосредственных пользователей создаваемой среды. Д. Джекобс предлагает естественное разнообразие застройки и зонирования, активное участие населения в создании новых концепций проектирования, а также адаптивность пространств к потребностям людей. Она выступает против массовых сносов исторических кварталов и развития дорожной инфраструктуры в ущерб пешеходным зонам. По ее мнению, "в районе должны, перемежаясь, идти здания, различающиеся по возрасту и состоянию, включая немалое количество старых"[174]. Эффективный принцип развития городской среды заключается в мелкомасштабной застройке (что в целом характерно, например, для малых городов), где смешиваются здания различной высотности, доступны дворы, есть скверы, которые формируют уникальную идентичность города. Так комбинирование «многочисленных улиц, оживленных парков … и различных способов использования территорий, не связанных с проживанием, - создает совершенно иную обстановку, нежели угрюмая, ничем не облегченная высокая плотность и высокая степень покрытия земли"[175]. Ученая выступает против активного развития автомобильный инфраструктуры, которая деструктивно влияет на исторически сложившиеся

---

[173] Яргина, З. Н. Социальные основы архитектурного проектирования: учеб. для вузов / З. Н. Яргина, К. К. Хачатрянц. М.: Стройиздат, 1990.
[174] Джекобс, Д. Смерть и жизнь больших американских городов. М.: Новое издательство, 2011. С.199.
[175] Там же. С.229.

районы, где плотная застройка и многоплановая социальная активность ранее создавали уникальные урбанистические ансамбли. В условиях доминирования автомобильных интересов исторические «здания приходят в упадок или так вырываются из контекста городской жизни»[176].

В 1960-ом году К. Линч заложил основу для современных подходов к анализу городской морфологии и пространственного восприятия[177]. По его мнению, город имеет «образность», которая представляет из себя возможность городской среды формировать и оставлять структурированный образ в сознании жителей этой среды. К. Линч выдвигает гипотезу о том, что восприятие города как целого не является хаотичным или субъективно-произвольным, а подчиняется определённой структуре, основанной на пяти ключевых элементах, формирующих когнитивный образ города: пути, края, узлы, достопримечательности и районы. Пути являются каналами движения, края - границами между районами, узлы - точками притяжения, достопримечательности - ориентирами и легко узнаваемыми объектами, и районы - крупными частями города, обладающими внутренним единством и отличительными чертами. Через данные элементы индивид строит свой когнитивный каркас города, мысленное представление о его структуре и организации. Автор подчеркивает, что этот образ формируется не только через непосредственный опыт, но и через информацию, полученную из карт, рассказов, медиа и других источников.

В градостроительных исследованиях отмечаются следующие ключевые характеристики малых городов: компактность, эффективность ресурсораспределения, локальная ориентированность, потенциал сетевого взаимодействия с соседними территориями и высокий эколого-культурный капитал.

Долгое время не существовало унифицированных критериев по численности населения, административному статусу или функциональной роли для выделения

[176] Там же. С.348.
[177] Lynch, K. The Image of the City. Cambridge, Mass.: MIT Press, 1960.

малых городов в официальных законодательных документах[178],[179],[180]. Однако в «Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2030 года с прогнозом до 2036 года» малый город уже определяется как «город с численностью населения менее 50 тыс. человек»[181]. В научной практике традиционно применяется демографический критерий 10–50 тыс. чел., тогда как государственные программы развития территорий и градостроительные конкурсы[182] предлагают относить к ним поселения до 300 тыс. чел. Вместе с тем Яницкий О.Н. критикует количественный подход, унаследованный из СНиПов 1960-х гг., как технократичный и не отражающий современную социально-функциональную дифференциацию поселений.

Особый научный интерес с точки зрения нашего исследования малых исторических городов России представляет разработка в градостроительстве методики оценки «скрытого инновационного потенциала» (СИП). Данная методика была разработана и апробирована на примере городов Тверской области специалистами в области градостроительства Благовидовой Н.Г. и Юдиной Н.В[183]. Скрытый инновационный потенциал малых городов авторы определяют как способность к созданию инноваций. Он имеет сложную структуру и состоит из нереализованных интеллектуальных,

---

[178] "Градостроительный кодекс Российской Федерации" от 29.12.2004 N 190-ФЗ (ред. от 26.12.2024) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2025) URL: https://minstroyrf.gov.ru/docs/866/ (дата обращения 09.10.2025)

[179]Федеральный закон "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации" URL: https://base.garant.ru/186367/ (дата обращения 11.10.2025)

[180] Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт. URL:https://rosstat.gov.ru/classification (дата обращения 13.10.2025)

[181] https://sudact.ru/law/rasporiazhenie-pravitelstva-rf-ot-28122024-n-4146-r/strategiia-prostranstvennogo-razvitiia-rossiiskoi-federatsii_2/i_2/osnovnye-poniatiia-strategii_2/

[182] Постановление Правительства РФ от 7 марта 2018 г. N 237 "О предоставлении и распределении средств государственной поддержки из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации для поощрения муниципальных образований - победителей Всероссийского конкурса лучших проектов создания комфортной городской среды" (с изменениями и дополнениями) URL: https://base.garant.ru/71895782/ (дата обращения 10.10.2025)

[183] Благовидова Н.Г., Юдина Н.В. Скрытый потенциал малых городов // Academia. Архитектура и строительство. 2021. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/skrytyy-potentsial-malyh-gorodov (дата обращения: 13.10.2025).с.94.

технологических, маркетинговых ресурсов, ресурсов внутреннего разнообразия и экологической безопасности. Проведя критический анализ разработанной методики, мы в таблице №1 приводим релевантные для нашего исследования индикаторы. Сама методика скрытого инновационного потенциала (СИП) охватывает более широкий круг показателей, включая экономические, производственные и инфраструктурные аспекты. В методика СИП для малых городов следует отметить три ключевые аспекта: человеческие ресурсы, структурные взаимосвязи и информационно-коммуникационные технологии, их освоение и использование. На наш взгляд, изучение культурной идентичности жителей малых исторических городов необходимо добавить для оценки человеческого компонента СИП. Именно эмоционально-ценностная связь с историческим наследием формирует мотивационную основу для инноваций на региональном уровне. Описываемые методологические подходы к проведению коммуникационных кампаний с использованием социальных сетей могут усилить значительно данный капитал. С помощью КК можно трансформировать неформальные горизонтальные связи в устойчивые сетевые взаимодействия, а культурную идентичность жителей в устойчивые паттерны связи с местом проживания, закладывая тем самым фундаментальные основы патриотизма.

Таблица 1-Основные индикаторы измерения инновационного потенциала.

Тип индикаторов	Тип показателя	Положит. / отрицат.	Источник данных
Индикаторы разнообразия хозяйственной деятельности			
Количество местных промыслов	Удельный, на 1000 чел.	П	Официальные сайты администраций городов и районов, сайты местных домов культуры
Исторические потенциалы города	Балльный, по количеству исторических функций	П	
Индикаторы социальной устойчивости и кооперации			
Динамика численности населения с 1980 до 2017 – переходный, кризисный период	Долевой, доля прироста/убыли	О	Данные всероссийских переписей населения
Наличие официальных местных информационных ресурсов (связь с властью)	Балльный (2 – есть формальный и неформальный, 1 – есть формальный, 0 – нет)	П	Официальные сайты администраций городов и районов
Количество групп в социальных сетях	Удельный, на 1000 чел.	П	Запросы по местоположению в социальных сетях «Вконтакте» и «Фейсбук»
Индикаторы структурно-планировочной связности			
Цельность исторической среды	Балльный (1 – сохранились отдельные памятники, 2 – сохранились ансамбли застройки, 3 – сохранились пространственные комплексы сооружений, достопримечательное место)	П	[9]
Количество зелёных территорий в структуре города	Удельный, кв. м на 1 чел.	П	Официальные сайты администраций городов и районов
Количество объектов ОКН	Удельный, на 1000 чел.	П	Данные открытого портала Министерства культуры РФ
Обеспеченность учреждениями культуры	Удельный, количество мест на 1000 чел.	П	Официальные сайты администраций городов и районов
Коэффициент наличия исторических поселений в районе	Удельный, количество мест на 1000 чел.	П	[9]

Источник: составлено автором (на основе [184]).

Ключевым критерием для оценки потенциала культурного наследия становится его ансамблевая, или комплексная, целостность. Степень сохранности культурной среды напрямую коррелирует с ее положительным влияния на устойчивое развитие городской системы, на социально-экономические, культурные и пространственные показатели функционирования населённого пункта. Самый высокий СИП мы констатируем в малых городах, сохранивших свою историческую градостроительную структуру, заложенную в XVIII веке. Учитывая, что таких городов относительно немного, то среди них мы можем назвать Осташков, Торжок, Старая Русса (Старца), Короча, Грайворон и Бирюч. Их

[184] Благовидова Н.Г., Юдина Н.В. Скрытый потенциал малых городов // Academia. Архитектура и строительство. 2021. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/skrytyy-potentsial-malyh-gorodov (дата обращения: 13.10.2025).с.94.

устойчивость и высокий потенциал обусловлены наличием целостного градостроительного плана. Последний, на наш взгляд, способствует сохранению культурной идентичности, социального капитала и культурного наследия. Все это слагаемые социокультурного ресурса. В отличии от вышеназванных городов, поселения с наименьшими значениями (Нелидово, Алексеевка, Бологое, Шебекино) формировались в XX веке как пристанционные населенные пункты без предварительной регулярной планировки. Все это обусловило их более слабую территориальную связность и меньшую концентрацию нематериальных ресурсов.

Таким образом, на основании анализа социологических и градостроительных подходов, мы выделяем для анализа малый исторический город, который имеет богатое историко-культурное наследие и может выступать объектом для нашего дальнейшего исследования влияния физических объектов на культурную идентичность жителей.

Методологической базой для нашего исследования выступает социология архитектуры, состояние которой мы можем охарактеризовать, используя основные положения структурно-номинативного подхода, изложенного в отечественной науке М.С. Бургиным и В.И. Кузнецовым. Теорию среднего уровня следует рассматривать как сложную концептуальную полисистему, состоящую из четырех подсистем[185]. Социология архитектуры сможет получить статус полноценной теории среднего уровня, когда в ней будут сформированы логико-лингвистическая, модельно-репрезентативная, проблемно-эвристическая и прагматико-процедурная подсистемы. Логико-лингвистическая система предполагает формулировку представлений на языке данной теории, а также наличие утверждений о тех объектах, явлениях и процессах, которые теория призвана изучать. Модельно-репрезентативная система свидетельствует о предметной области, представленной в виде различных моделей ее объектов, явлений, процессов и состояний. Сформулированные задачи науки являются основными конструктивными

[185] Бургин М.С., Кузнецов В.И. Что должно входить в состав специальной социологической теории? // Вест. Моск. Ун-та. Сер. 18. Социология и политология. 1996. №1. с. 11-24.

элементами проблемно-эвристической подсистемы. Понятийный аппарат, гипотезы и модели составляют прагматико-процедурную подсистему.

На наш взгляд правомерно говорить о зарождении социологии архитектуры со второй половины XIX века, так как в это время, собственно, формируются социологические теории, подходы и методы. Последующее выделение и формирование по определению Р. Мертона «теории среднего уровня» стало возможным благодаря эмпирическим исследованиями и первым научно-теоретическим трудам их обобщающим во второй половине XX века. Исходя из предложенной структуры, состоящей из четырех подсистем, в социологии архитектуры достаточно хорошо оформлена логико-лингвистическая подсистем, а оставшиеся три - находятся в стадии формирования. Активная фаза становления модельно-репрезентативный подсистемы позволяет нам расширить предметную область этой специальной социологической теории. Тем не менее имеющийся категориально-понятийный аппарат формирует методологический каркас для исследования культурной идентичности жителей малых исторических городов.

В ходе предметного самоопределения отечественная социология архитектуры становится все более независимой от социологии города и теории градостроительства. Сохраняющийся смежный характер научной дисциплины позволяет работать в ней как социологам, так и архитекторам без установления между ними жестких границ. Социология архитектуры как научная дисциплина, в представлении В.Л. Глазычева должна исследовать ««жизнь» архитектуры в обществе», находить ««мостики перехода» между уровнем общества и архитектуры в целом и уровнем конкретного проекта, конкретного задания на проектирование»[186]. По мнению А.В. Иконникова, архитектура создает организованную среду, в которой «овеществляются принятые обществом ценности»[187], где архитектурный объект всегда соотнесен с человеком и включен в

[186] Глазычев В.Л. Социология архитектуры - какая и для чего? // Сборник Союза архитекторов СССР «Зодчество». 1978. №2 (21). http://www.glazychev.ru/publications/articles/1978_sociology_architecture.htm

[187] Иконников А.В. Пространство и форма в архитектуре и градостроительстве. М.: Ком-Книга, 2006. С.11.

человеческую деятельность, развернутую во времени как материальный и как идеальный объект одновременно. На основании вышеизложенных положений можно сделать вывод о том, что объектом социологии архитектуры выступают материальные формы, а именно, здания, элементы инфраструктуры, городские пространства, которые отражают социальные связи, ценности и представления индивидов.

Растущее за последние два десятилетия количество публикаций, посвященных различным парадигмам социально-архитектурного знания[188], истории взаимодействия социологии и архитектуры[189], анализу города как носителя культуры[190], этапам развития науки[191], влиянию культурно-коммуникационного пространства города на самоидентификацию личности[192] свидетельствует об институционализации данной теории, и о том, что выкристаллизовываются и объект, и предмет науки. Критический анализ указанных научных работ позволяет утверждать, что в современных условиях социологам необходимо более глубоко проанализировать связь между материальными носителями культуры и идентичностью.

Выводы к параграфу §1.1.

Методологической основой для изучения влияния архитектурных объектов и градостроительных планов на культурную идентичность жителей малых исторических городов становится социология архитектуры, эволюция которой свидетельствует о переносе фокуса исследований на изучение влияния объектов и пространства на индивида.

---

[188] Кияненко К.В. Парадигмы социального знания и обоснования в архитектуре // СОЦИС. 2018. №9. с.30-39.

[189] Мулеев Е.Ю. Архитектура и социология в СССР: опыт взаимодействия // СОЦИС. 2014. № 12. с.111-120.

[190] Глазычев В.Л. Глубинная Россия: 2000-2002. М.: Новое издательство, 2003.

[191] Барчугова Е.В., Рочегова Н. Социология архитектуры // Architecture and Modern Information Technologies. 2018. №3(44). с. 377-391 http://marhi.ru/AMIT/2018/3kvart18/23_barchugova_rochegova/index.php (дата обращения 15.01.2026)

[192] Якишин С.В. Культурно-коммуникационное пространство современного города: идентификация личности: автореферат диссертации на соискание степени к.ф.н. Саранск, 2013.

На основании структурно-номинативного подхода мы можем констатировать, что социология архитектуры имеет хорошо оформленную логико-лингвистическую подсистему, а модельно-репрезентативная, проблемно-эвристическая и прагматико-процедурная подсистемы находятся в стадии формирования.

Пространственный и материальный поворот в социологии архитектуры, интеграция исследования пространства в тесной связи с материальными объектами существенно расширила предметное поле этой науки, создав условия для включения в него малых исторических городов.

Малые исторические города, обладающие высокой концентрацией исторических объектов, где градостроительный план представляет собой объект культурного наследия следует рассматривать в их единстве и дает нам основания для изучения их влияния на культурную идентичность жителей таких городов.

Методика исследования скрытого инновационного потенциала создает методическую основу для изучения малого города и развития отдельных его компонентов.

§1.2. Полипарадигмальность понимания культурной идентичности жителей малого исторического города

В данном параграфе работы мы рассматриваем ключевые теоретические концепции, раскрывающие многогранность идентичности, а также примеры междисциплинарных исследований, демонстрирующие практическую значимость такого подхода. В фокусе нашего исследования находится культурная идентичность жителей малых исторических городов. Междисциплинарный подход становится ключом к пониманию того, как сохранить уникальность малых городов в условиях современных трансформаций, превратив культурную идентичность в ресурс для развития СИП.

Изучение культурной идентичности (далее в тексте КИ) жителей малых исторических городов (далее в тексте МИГ) требует выхода за рамки единой

научной дисциплины, поскольку этот феномен затрагивает социологические, градостроительные, философские, психологические и культурологические аспекты. Влияние процессов урбанизации на малые города России, воздействие глобальных трендов приводит к утрате и изменению архитектурных объектов, значимых культурных символов и культурных кодов. Более того по мнению российских ученых, «социокультурный кризис, который начался в нашей стране в конце 1980-х гг. из-за социально-экономических и политических трансформаций в государстве и обществе, сопровождался кризисом идентичности»[193]. В этой связи малые города, сохраняющие традиционный уклад, выступают ключевыми источниками исторического достояния. Вместе с тем механизмы поддержания и выработки культурной идентичности в ее связи с материальными объектами и пространством еще недостаточно раскрыты в отечественной социологии. Исследование данной проблематики носит не только теоретическое, но и прикладное значение, так как позволяет выстроить научно обоснованный подход к системе коммуникаций и градостроительной политике, которые формируют основу для сохранения локальных культур и идентичностей жителей малых городов.

Культурная идентичность жителя малого города формируется под воздействием множества факторов, а именно, его архитектурного облика, национальных традиций, исторического контекста и социальных практик. Для анализа всех этих процессов необходим полипарадигмальный подход, где градостроительный анализ (К.В. Кияненко, Есаулов Г.В. Айбар Э., Бейкер В.) связывает идентичность с физическим пространством; социология раскрывает механизмы влияния глобальных и локальных социальных процессов на идентичность (У. Бек, Э. Гидденс); философия формирует основания для осмысления ценностей и смыслов, лежащих в основе культурной самобытности (Н.А. Бердяев, Л.Н. Гумилёв); психологические исследования (Э. Эриксон, С.В. Лурье, Г. Прошанский) фокусируются на индивидуальном и коллективном

[193] Володенков С.В., Харичев А.Д., Селезнева А.В. Социальная архитектура: теория и практика социальных изменений. Учебник. М., Проспект, 2026.с.113.

восприятии культурных кодов, анализе взаимосвязи социализации индивида с материальными объектами; гуманистическая география фокусируется на эмоциональной привязанности индивида к материальному окружению (И-Фу Туан). Междисциплинарность в данном контексте становится не просто методологической установкой, но объективной необходимостью.

В проанализированных нами трудах в области социо-гуманитарного знания доминирует понимание культурной идентичности (далее КИ) как системы ценностей, норм, убеждений и практик индивида, формирующейся прежде всего социальной средой и имеющей динамический характер[194]. Отмечается, что проблема сохранения усложняется из-за постоянно меняющейся природы КИ[195]. Особую роль КИ играет в межкультурном диалоге, выполняя функцию баланса между уникальностью и риском культурной гомогенизации и ассимиляции[196]. В этом контексте ее сохранение культурной становится одним из самых значимыз факторов для поддержания социальной сплоченности и сохранения богатства культурного разнообразия[197]. В нашем диссертационном исследовании мы фокусируем внимание на изучении влияния материального наследия на формирование и становление КИ жителей малых исторических городов.

Следует отметить, что в современной **теории градостроительства** объекты и пространство осмысливаются не только с точки зрения функций, но и как нарратив, который конструирует индивидуальную и коллективную идентичности. Особое значение это приобретает в малых исторических городах, где архитектурные объекты, ландшафт и сама среда закладывают культурный код, влияя и определяя мироощущение и ценности жителей. Сохранение даже малых архитектурных форм позволяет зафиксировать утрачивающиеся культурные коды.

---

[194] Hall S., du Gay, P. Questions of cultural identity. London: Sage, 1996.

[195] Anderson B. Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism. Verso, 1983.

[196] Appadurai A. Modernity at large: Cultural dimensions of globalization. University of Minnesota Press. 1996. Berry J. W. Immigration, acculturation, and adaptation // Applied Psychology: An International Review, 1997. 46(1), 5-34.

[197] Giddens A. Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age. Stanford University Press. 1991.

Исследование влияния традиционных архитектурных объектов (например, наличники[198] в русской архитектуре) позволяет раскрыть связь между повседневными практиками индивидов и пространственной организацией, обозначить культурно-исторические ценности и коллективные представления.

В контексте, когда расширяется влияние глобализации и унифицируются архитектурные решеня возникает необходимость поиска уникальных решений, которые будут отражать культурные традиции региона. Уникальность архитектуры выражается в её соответствии историческим образам, природным особенностям территории и культурному наследию, одновременно влияя на восприятие городов и поселений. По мнению архитектора Есаулова Г.В., «сама архитектура обладает свойствами наделять идентичностью города и сельские посёлки, поселения, отдельные территории и огромные пространства» [199].

Архитектурная среда становится институтом культурной памяти, аккумулируя в материальных формах исторический опыт, социальные практики и символические коды сообществ. Так, В.Л. Глазычев, проводя исследование малого города, просил детей по памяти нарисовать основные места. Такие объекты как «монастырь, речку и шлюз они (дети) расставили довольно точно… но уже вокруг того, есть или нет у этой улицы излом, развернулись жаркие дебаты»[200]. В своих работах дети без ошибок воспроизводили в рисунках вышеперечисленные объекты, поскольку они обладали высокой запоминаемостью и несли в себе «незримую ценность», о которой писал П. Сорокин. Спор об «изломах улиц» свидетельствует о взаимодействии человека с архитектурной средой, интерпретации пространства, а не просто его пассивном восприятии. По мнению ученого, архитектурная среда малого города функционирует как институт культурной памяти, формируя у жителей устойчивые эмоциональные привязанности и ощущение принадлежности к месту. На этом примере мы хотим продемонстрировать, что архитектурные объекты действуют как символы

[198] Хафизов И.Х. Наличники. Центральная Россия. М.: АСТ, 2025.
[199] Есаулов Г.В. Об идентичности в архитектуре и градостроительстве // Academia: Архитектура и строительство. 2018. С.12-18. 10.22337/2077-9038-2018-4-12-18
[200] Глазычев В.Л. Глубинная Россия: 2000-2002. М.: Новое издательство, 2003 с.15.

коллективной идентичности, где их сакральное значение превышает функциональное. В результате создается устойчивая связь между человеком и городским пространством. Воздействие зданий и сооружений в малых исторических городах влияет на принадлежность городу, сопричастность его проблемам, включая реставрацию и сохранение. Однако эта связь не носит прямолинейного характера, а в ряде случаев для формирования КИ необходимо проведение комплексных коммуникационных кампаний.

В социо-гуманитарном знании существует широкий спектр интерпретаций культурной, социальной, территориальной и городской идентичностей, которые активно обсуждаются и еще не достигли полноты теоретического осмысления и операционализации. В отечественной и зарубежной философии большое количество трудов посвящено темам идентичности, самобытности, культурной инаковости и схожести. В формировании православного начала в России ключевую роль играло исторически храмовое зодчество, которое при всем своем разнообразии стилей и визуальных форм, оказывало большое влияние на культурную идентичность людей. При этом, по мнению Н.А. Бердяева, в основе русского начала лежат два противоборствующих элемента, «природная, языческая дионисическая стихия и аскетически-монашеское православие»[201]. Формирование и развитие личностной идентичности происходит в определённой социокультурной среде, где для ее формирования, по мнению Смирнова П.И., нужны такие составляющие как «язык, религия или идеология, хранящие групповые ценности и определяющие мировоззрение, а также устойчивые нормы поведения, обусловленные групповыми потребностями и ценностями» [202]. Идентарность человеческих групп может пониматься как «культурная или

[201] Бердяев, Н. А. Русская идея: основные проблемы русской мысли XIX века и начала XX века // О России и русской философской культуре: Философы русского послеоктябрьского зарубежья. Москва: Наука, 1990. С. 64.

[202] Смирнов, П.И. Национальная идентичность, национальный характер и национальный менталитет: понятия и факторы формирования // Интелрос, 2015. № 4. С. 7. URL: http://www.intelros.ru/readroom/credo_new/kre4-2015/28724-nacionalnaya-identichnost-nacionalnyy-harakter-i-nacionalnyy-mentalitet-ponyatiya-i-faktory-formirovaniya.html

социокультурная идентичность», формирующаяся с помощью процессов аккультурации, социализации.

Культурную идентичность как «базовую проекцию индивидуальной идентичности» рассматривает И.С. Семененко [203]. В КИ заключаются важные для определённого индивида ценности и смыслы, связанные с культурой, которая воплощается в материальных и нематериальных объектах, что дает нам основания при ее изучении сфокусировать исследовательский интерес на интерпретации роли памятников архитектуры.

В культурологии наиболее распространённым пониманием культурной идентичности является интерпретация её как результата идентификации индивида или группы, выражаемого в их «способности отстаивать самодостаточность культуры в изменяющихся обстоятельствах»[204]. Используемое иногда в научных текстах понятие «культурная самобытность» понимается» как феномен существования «уникальных культурных образований, обладающих специфическими чертами и характеристиками, не подлежащими заимствованию или передаче другим культурам»[205].

Понятие идентичности выступает одним из ключевых в психологии и определяется, например Э. Эриксоном, как внутреннее переживание личностной самобытности каждым индивидом в контексте социальной среды, которая его окружает. Ученый выделяет следующие компоненты личностной идентичности: оценка личностью социальной группы, убеждение в собственной значимости и признание другими. Процесс формирования индивидуальной идентичности, по мнению психологов, начинается в детстве и связан с периодами возрастных кризисов[206]. Наиболее распространенным пониманием в психологии является трактовка социальной идентичности, где, по мнению психолога А. Тэшфела, «Я-

---

[203] Идентичность: Личность, общество, политика. Энциклопедическое издание. Отв. ред. И.С. Семененко. М.: Весь мир, 2017. С. 312.

[204]Социология культуры: краткий словарь / под науч. ред. Н.В. Туленкова. К. : ИПК ГСЗУ, 2011. С. 378.

[205] Краткий тематический словарь / ред. Г. В. Драч. Ростов-на-Дону: Феникс, 2001. С. 112.

[206] Эриксон, Э. Идентичность: юность и кризис: // Пер. с англ. Общ. ред. и предисл. Толстых А. В. М.: Издательская группа «Прогресс», 1996. С. 159.

концепция индивида, возникает из осознания своего членства в социальной группе (или группах) вместе с ценностным и эмоциональным значением, придаваемым этому членству» [207]. Социальную идентичность можно рассматривать как результат сравнения своей группы с другими социальными общностями, а этническая идентичность является составляющей социальной идентичности и относится к восприятию своей принадлежности к определенной этнической общности. К такой идентичности относится принадлежность культуре, языку, месту рождения и родителям.

По мнению С.В. Лурье, «культура есть информационный бассейн, а индивидуум - активный пловец», которой ее обрабатывает, «отбирает информационные единицы, “редактирует” их, изменяет, и, самое главное, использует их»[208]. Человеческая психика имеет шаблоны, связанные с восприятием мира и реальности, и определяется имеющейся у индивида перспективой, которую «задаёт та культура, носителем которой этот субъект является»[209]. В современной культурной психологии субъективность и поведение рассматриваются как детерминированные культурными верованиями и ожиданиями. Индивидов можно рассматривать не только как активных участников в истолковании смысла своего опыта, но и как коллективно создающих “интенциональный” мир.

Подход Т.Г. Стефаненко к осмыслению культурной идентичности даёт возможность исследовать личностные черты, наглядно показывает разницу в способах передачи культуры и традиций. В этнопсихологии, по мнению Т.Г. Стефаненко, крайне сложно найти два одинаковых разных этноса с идентичными культурами, а существование нескольких субкультур в русской культуре, не отрицает существования единой культуры русского народа, даже если некоторые

---

[207] Tajfel H. Human groups and social categories: Studies in social psychology. Cambridge: Cambridge University Press, 1981. P. 213.

[208] Лурье С.В. Современная психологическая и когнитивная антропологии и культурная психология (1980 - 2000 гг.) http://svlourie.ru/modern-psychological-cognitive-anthropology-cultural-psychology-1980s-2000s

[209] Лурье С.В. Психологическая антропология. История, современное состояние, перспективы. М.: Академический Проект, 2020. URL:http://svlourie.ru/modern-psychological-cognitive-anthropology-cultural-psychology-1980s-2000s

различия утрачены. Одним из ключевых факторов, влияющих на осознание идентичности является среда, «знания о различиях между группами раньше приобретаются, если социализация ребенка проходит в полиэтнической среде»[210].

Один из основоположников экологической (средовой) психологии Г. Прошански считал, что физические характеристики города (архитектурные объекты, планировка, исторические районы) интериоризируется индивидом и становятся частью его/ее идентичности, формируя культурную идентичностью. Он утверждает, что город, это не просто физический фон для личности, а фактор, созидающий идентичность. Планировки города, здания, исторические районы становятся частью того, как человек определяет себя «кто я». Разрушение зданий, облика города воспринимается индивидом как угроза своему существованию[211]. Идентичность с местом (place identity) и связанные с ней культурно-исторические нарративы, усиливаются в процессе социализации[212]. Так, дети с раннего возраста начинают усваивать культурные нормы своего окружения. По его мнению, культурная идентичность складывается через повседневное взаимодействие ребенка с материальной средой. Положения экологической (средовой) психологии продуктивны для нашего последующего формирования гипотезы о материальной среде, как важном факторе, формирующем культурную идентичность индивида.

Основоположник гуманистической географии И-Фу Туан особое место отводит в своих трудах эмоциональной связи индивида с местом. Он вводит понятие «топофилия» для того, чтобы «дать обобщающее определение всем эмоциональным связям человека с материальной средой», которые могут различаться «по своей интенсивности, утонченности и способу выражения»[213]. Топофилия не является врожденной, а формируется через опыт, культурные нарративы, взаимодействия. Особо ученый выделял роль физических объектов как

---

[210] Стефаненко, Т.Г. Этнопсихология. М.: «Академический проект», 1999. https://pedlib.ru/Books/3/0371/3_0371-208.shtml#book_page_top с.208.

[211] Proshansky H. The City and Self-Identity // Environment and Behaviour. 1978. #10. P.147-169.

[212] Proshansky, H.M., Fabian, A.K., Kaminoff, R. Place-identity: physical world socialization of the self // Journal of Environmental Psychology, 1983, vol.3, iss. 1. pp. 57-83.

[213] Туан И. Топофилия: Исследование окружающей среды. Восприятие, отношение и ценности. М.: Новое литературное обозрение, 2026.

«якорей» человеческого опыта. Согласно гуманистической концепции И-Фу Туана, именно предметы исторической среды выступают «якорями», трансформирующими абстрактное понятие «городское пространство» в значимое для индивида место. Проведенный ученым всесторонний анализ примеров взаимодействия индивидов со средой, демонстрирует содержательное и эмоциональное наполнение, которое придают индивиды своим местам. Анализируя культуру и быт охотников и рыболовов (остяков) в низовьях реки Енисея, он приходит к заключению, что их «космография опирается на географическую реальность, которой придано вертикальное измерение. В центре остяцкой вселенной находится Енисей, он же Святая вода. Здесь и расположен человеческий мир».[214] Продуктивным для нашего последующего исследования представляется положение данного ученого о том, как физические объекты превращаются в культурно-значимые места, формируя особую связь индивидов с ними.

В социологии существуют различные подходы к культурной идентичности, многообразие которых классифицирует в своем исследовании Н.Н. Федотова[215], выделяя кластер методологии исследования идентичности; контексты формирования идентичности и ее изменений; кластер концепций, рассматривающих специфику динамики идентичности и последний кластер – политики идентичности[216].

В широком смысле под идентичностью понимается «отождествление личности или группы с определенной социальной группой или системой ценностей»[217]. Теория социальной идентичности постулирует, что, когда социальная идентичность индивида высока, его восприятие себя и других

---

[214] Туан И. Топофилия: Исследование окружающей среды. Восприятие, отношение и ценности. М.: Новое литературное обозрение, 2026.

[215] Федотова Н.Н. Теоретическая рефлексия динамики идентичности: формирование процессуальной теории. Диссертация на соискание ученой степени д.с.н. 2013.

[216] Федотова Н.Н. Динамика идентичности // Идентичность: личность, общество, политика. Под ред. И.С. Семененко М.: Весь Мир, 2017. С.287-294. https://www.imemo.ru/files/File/ru/publ/2017/2017-Identichnost.pdf

[217] Култыгин В.П. Современные зарубежные социологические концепции. М: «Союз», 2000.

становится «деперсонализированным» (т. е. перестает быть уникальным), и он становится самостереотипизированным членом группы (т. е. членом своей группы), который думает, чувствует и ведет себя в соответствии с нормами своей группы[218].

М. Кастельс, считает, что «идентичность становится главным, а иногда и единственным источником смыслов. Люди все чаще организуют свои смыслы не вокруг того, что они делают, но на основе того, кем они являются, или своих представлений о том, кем они являются»[219]. По его мнению, «все идентичности конструируются», однако реальная проблема состоит в том - каким образом, от чего и от кого это происходит[220]. Он отмечает символическое значение архитектуры[221] и ее влияние на идентичность людей. В условиях, «…когда мир становится слишком большим, чтобы быть контролируемым, а социальные субъекты стремятся уменьшить его обратно до осмысляемого размера <…> люди стремятся <...> вспомнить свою историческую память»[222] и тогда возрастает роль локальных идентичностей, поддерживающих коллективную память сообществ. В широком смысле, анализируя формообразование архитектурных сооружений, можно рассуждать о том, какие в обществе преобладают ценности. В условиях информационного общества на эволюцию идентичности индивида, по мнению М. Кастельса, оказывают растущее влияние именно местные сообщества[223].

В работах представителей Чикагской школы социологии (Р. Парк, Э. Берджесс) констатируется изменение культурных практик под влиянием города, где обычаи «вытесняются общественным мнением и законами, которые указывают, как нужно поступать, человек вынужден жить не инстинктами и

---

[218] Tajfel H., Turner J. The Social Identity Theory of Intergroup behavior. 1986 https://christosaioannou.com/Tajfel%20and%20Turner%201986.pdf

[219] Castels M. The power of Identity. Oxford: Blackwell, 1997. C.20.

[220] Там же.

[221] Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура: пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000.

[222] Castells M. The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society and Culture, vol. II. Wiley-
Blackwell, 2010.c.69.

[223] Castels M. The power of Identity. Oxford: Blackwell, 1997. C.20.

традицией, а своим умом»[224]. В своих исследованиях Р. Парк вводит понятия сообщества (community) - «это тот уровень независимости культурной единицы, при котором она имеет собственные представления о приличиях, порядочности и уважении достоинства»[225]. Он выделяет паттерны для анализа городов и отмечает, что «отдельные города подобны между собой в степени достаточной для того, чтобы изученное в одном городе было бы, в определённых пределах, истинным и для других»[226]. Это дает нам основания предположить существование некоторых общих закономерностей влияния города на идентичность индивида[227].

Конструктивистский подход позволяет рассматривать городскую идентичность как социокультурный конструкт, структура которого зависит от факторов воздействия социальной среды, т.е. городские смыслы становятся результатом воздействия общества. По мнению П. Бергера и Т. Лукмана, идентичность является «ключевым элементом субъективной реальности», формируясь под воздействием социальных процессов[228]. Авторы в подтверждении своих тезисов сравнивают представителей различных стран, утверждая, что «у американца иная идентичность, чем у француза, у нью-йоркца – чем у жителя Среднего Запада»[229]. Ее формирование происходит в процессе коммуникативного взаимодействия, социальной интеракции, где социальные объекты создают «окружающую действительность под свою деятельность с помощью непрерывного конструирования значений и символов»[230].

---

[224] Парк Р. Город как социальная лаборатория // Рабочие тетради по истории и теории социологии. Рига, Издательство PolyCo. 1992. С. 59.
[225] Парк Р. Город как социальная лаборатория // Рабочие тетради по истории и теории социологии. Рига, Издательство PolyCo. 1992. С. 65.
[226] Парк Р. Город как социальная лаборатория // Рабочие тетради по истории и теории социологии. Рига, Издательство PolyCo. 1992. С. 63.
[227] Берджесс Э. Рост города: введение в исследовательский проект // Чикагская школа социологии. Сборник переводов. М.: ИНИОН РАН, 2015. С.28.
[228] Бергер П. Социальное конструирование реальности. М.: Медиум, 1995. С.279.
[229] Там же 280.
[230] Култыгин В.П. Современные зарубежные социологические тенденции. М.: «Союз», 2000. С.152.

В силу своей природы социальные науки не могут претендовать на формулировку абсолютно точных понятий, но позволяют нам выстроить континуум дефиниций, которые наиболее полно характеризует исследуемое нами явление. Научный дискурс идентичности в нашем контексте имеет территориальный признак и актуализирует понятия «территориальная идентичность», «городская идентичность», «локальная идентичность».

В «территориальную идентичность» Т. Банини включает «чувство принадлежности и социальные практики, историческую память, специфику местной политики, представление территории, её бренд, тенденции развития, обусловленные социальными практиками, людьми, которые живут и действуют на данной территории», не разделяя «идентичность территории» и «территориальную идентичность населения»[231]. Российский социолог И.Л. Прохоренко характеризует этот тип идентичности «как комплекс представлений о принадлежности к конкретному территориальному сообществу, общих интересах», и «опирающуюся на культурную память»[232].

Так, локальная идентичность связывает человека с местом его рождения и определяет «чувство сопричастности к событиям, происходящим на территории непосредственного проживания»[233]. Эти темы находят свое отражение в исследованиях развития брендинга территорий (С. Антхольт[234], Д. Визгалов[235]). В зарубежных научных школах локальная идентичность сложилась в рамках исследований идентичности места – place identity (M. Lalli[236], C. Hague, P. Jenkins[237]).

---

[231] Banini T. Towards a Methodology for Constructing Local Territorial Identities // Territorial identities in action. Presa Universitara Clujeana, 2021. P. 13-39.

[232] Прохоренко И.Л. Территориальная идентичность// Идентичность: Личность, общество, политика. М.: Весь мир, 2017. С 501-507. // https://www.imemo.ru/files/File/ru/publ/2017/2017-Identichnost.pdf

[233] Морозова В.В., Улько Е.В. Локальная идентичность: формы актуализации и типы // ПОЛИТЭКС: Политическая экспертиза. 2008. Т.4. с.140.

[234] Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. NY: Palgrave Macmilllan, 2007.

[235] Визгалов Д.В. Маркетинг города. М.: Фонд «институт экономики города», 2008.

[236] Lalli M. Urban-related identity: Theory, measurement, and empirical findings // Journal of Empirical Psychology, Vol 12 (4). P.285-303.

[237] Hague C., Jenkins P. Place Identity, Participation and Planning. Oxfordshire, Routledge, 2005.

Городская идентичность – это комплекс связей между индивидом и городской средой, который по мнению М. Лалли, следует раскрывать через процессы взаимодействия индивида и локального места. Это актуализирует изучение чувства места, функционирующего на основании совокупности символических средств, обеспечивающих привязанность к нему. Однако на настоящий момент подобные исследования носят фрагментарный характер[238].

Трёхкомпонентную модель привязанности к месту предложили С. Лоу и И. Альтман, которые выделяют в своей концепции аффективный компонент, соответствующий эмоциональной связи индивида с местом; когнитивный, включающий в себя знания, смыслы, уникальность места; поведенческий, соответствующий инструментальной/функциональной связи (практики, использование пространства, действия, направленные на его улучшение). Авторы констатируют переход к исследованию «личного пространства, территориальности, использования пространства семьей и группой, скученности, значения окружающей среды и другие темы»[239]. В своих трудах они подчеркивает, что физическая среда является фактором формирования «Я-концепции», утверждая, что когнитивная и эмоциональная связь с городом невозможна без его физических характеристик.

Таким образом, для нашего исследования, продуктивными выступают положения авторов о формировании идентичности места из когнитивных представлений и эмоциональной связи с физической средой. В контексте исследования КИ жителей малого исторического города именно архитектурные объекты и градостроительный план могут выступать такими атрибутами физической среды.

Д. Хамон, осмысляя взаимодействие индивида с физическим пространством приходит к выводу, что с течением времени местный ландшафт переходит «в

---

[238] Lalli M. Urban-related Identity: Theory, Measurement and Empirical Findings // Journal of Environmental
Psychology, 1992, № 12. P. 285-303.

[239] Altman I., S. Low Place Attachment. A conceptual Inquire// Place Attachment eds. I. Altman, S. Low. New York: Plenum Press, 1992. https://archive.org/details/placeattachment0000unse/page/274/mode/1up (дата обращения 21.08.2026)

символическое продолжение личности, наполняя его личным смыслом жизненного опыта», формируя «физическое, социальное и автобиографическое — жизнь на знакомой территории»[240]. Идентичность с местом, по его мнению, носит двойственный характер и включает как «интерпретативную перспективу на окружающую среду, так и эмоциональную реакцию на нее»[241].

Д. Роулз анализирует, как пожилые жители Аппалачского сообщества испытывают чувство принадлежности к нему, которое одновременно «способствует привязанности к месту и поддерживает целостное, всеобъемлющее чувство личной идентичности»[242].

В отечественном научном поле границы между вышеперечисленными понятиями носят дискуссионный характер, а сами категории часть выступают как взаимно пересекающиеся. На наш взгляд, обоснованной является точка зрения Н.К. Радиной, согласно которой городская идентичность представляет собой одну из форм территориальной идентичности[243]. Важной характеристикой выступает индивидуальный опыт освоения пространства, включенность в территориальной контекст, общность с жителями, проживающими на данной территории[244]. Так, Н.С. Дягилева указывает, что при использовании термина «городская идентичность» «имеются в виду представления жителей города о себе как жителях именно этого (своего) города», тогда как ««идентичность с городом» — это психологический конструкт, часть персональной идентичности личности, когда

---

[240] David M. Humon Community Attachment. Local Sentiment and sense of place // Place Attachment eds. I. Altman, S. Low New York: Plenum Press 1992 https://archive.org/details/placeattachment0000unse/page/274/mode/1up (дата обращения 21.08.2026) с.258.

[241] Там же. С.262.

[242] Rowles, G. D. (1983). Place and personal identity in old age: Observations from Appalachia //Journal of Environmental Psychology, 1983, №3, с. 299-313.

[243] Радина Н.К. Город в пространстве и времени: проблемы территориальной идентичности в контексте социально-экономических изменений. Нижний Новгород: ДЕКОМ. 2015.

[244]Литвина С.А., Муравьева О.И. Опросник идентичности с городом: разработка, валидизация, проверка надежности // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета
2018, том 8, № 1 www.vestnik.nspu.ru DOI: 10.15293/2226-3365.1801.05

город воспринимается как контекст индивидуальной биографии индивида»[245]. Российские авторы отмечают контрпродуктивность противопоставления социальной и личностной идентичности[246]. Более продуктивным является использование понятие средовой самоидентичности[247]. Исследователи считают, что средовая идентичность позволяет прогнозировать социально-активное поведение человека[248].

По мнению российских исследователей, городская идентичность - это «устойчивое представление человека о себе как о жителе именно этого города, естественное ощущение своей связи с городом, эмоциональное отношение к факту собственной соотнесенности с городом и его жителями…»[249], которое складывается в ходе символического производства городских смыслов. Городская идентичность «сконструирована из репертуара тех значений, с которыми сталкивается человек <...> через визуальные и вербальные следы их репрезентации»[250], а семантика культурных смыслов обеспечивает процесс идентификации горожан по отношению к городу. Федотова Н.Г. определяет данное понятие «как совокупность городских смыслов, обеспечивающих идентификацию жителей через отождествление с городом при помощи значимых для человека

---

[245] Дягилева Н. С., Журавлева Л. А. Городская идентичность: понятие, структура, основы формирования // Социология города. 2012. № 1. С. 46–61. С.55

[246]Лукьянов О. В. Проблема становления идентичности в эпоху социальных изменений. Томск: Изд-во Том. ун-та. 2008.

Муравьева О. И., Литвина С. А., Богомаз С. А. Средовая идентичность: содержание понятия // Сибирский психологический журнал. 2015. № 58. С. 136–148. DOI: http://dx.doi.org/10.17223/17267080/58/10

[247]Williams D. R. Making sense of “place”: Reflections on pluralism and positionality in place research // Landscape and Urban Planning. 2014. Vol. 131. P. 74–82. DOI: http://dx.doi.org/10.1016/j.landurbplan.2014.08.002

[248] Dono J., Webb J., Richardson B. The relationship between environmental activism, pro-environmental behaviour and social identity // Journal of environmental psychology. 2010. Vol. 30. P. 178–186. DOI: http://dx.doi.org/10.1016/j.jenvp.2009.11.006

Scannell L., Gifford R. Personally Relevant Climate Change. The Role of Place Attachment and Local Versus Global Message Framing in Engagement // Environment and Behavior. 2013. Vol. 45 (1). P. 60–85. DOI: https://doi.org/10.1177/0013916511421196

[249] Горнова Г.В. Структура городской идентичности // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2018, № 3(20). С. 14–16. с. 14

[250] Федотова Н.Г. Формирование городской идентичности: факторный и институциональный аспекты

// Журнал социологии и социальной антропологии. 2017, № 20(3). С. 32–49. с. 34.

символических средств (образов, концептов, кодов и пр.). Городская идентичность формируется посредством установления символической связи между личностью и городом, она динамична и меняется под влиянием процесса конструирования городских смыслов»[251].

Городская идентичность, по мнению О.С. Чернявской, является результатом идентификации человека с городом и городской средой, происходит через осознание своей принадлежности к данному месту и к горожанам. В частности, внутреннее восприятие города имеет важное значение для создания позитивного отношения к городу и усиления связи между жителями, которое выполняет «мобилизующую функцию и <…> может служить для выстраивания комфортной, привлекательной жизненной среды горожан»[252].

Рассмотренные теоретические подходы российских авторов позволяют осмыслить культурную идентичность в широком социально философском контексте и предлагают разнообразные концептуальные модели «привязанности к месту» в формате территориальной и городской идентичности. Однако в рамках данных концепций, по нашему мнению, недостаточное место отводится роли архитектурных объектов и исторического ландшафта в формировании культурной идентичности жителя малого исторического города.

В рамках данного исследования, опираясь на полипарадигмальный подход мы предлагаем выделить три уровня идентичности индивида с городом: фактическую (связанную с местом рождения, трудоустройства и проживания); функциональную (основанную на использовании городской инфраструктуры); и культурную идентичность, которая и является предметом нашего исследования.

Культурная идентичность жителя малого исторического города – это осознанный уровень самоидентификации, формирующийся через когнитивную и эмоциональную интернализацию исторического ландшафта (в том числе

---

[251] Федотова Н.Г. Формирование городской идентичности: факторный и институциональный аспекты. Журнал социологии и социальной антропологии, 2017, 20(3): 32–49.

[252] Чернявская О.С. Нижний Новгород глазами нижегородцев: внутренний образ города // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2013, № 1 (29). С. 69–76, с. 76.

градостроительного плана) и архитектурных объектов. Она не тождественна знанию историко-культурного наследия, но формируется в тесной связи с ним. В отличие от фактической и функциональной, она тесно связана с восприятием памятников архитектуры и исторической застройки.

Методики изучения культурной идентичности

Методики изучения культурной идентичности разрабатывались как отечественными, так и зарубежными авторами в психологии, социологии и социальной психологии. Однако в российской науке отмечается недостаток методик для проведения исследований по изучению данного понятия[253]. В основном используются наработки, сделанные в области психологии (психосемантические, проективные методы, ассоциативный эксперимент). Широкое распространение при изучении городской идентичности получил опросник идентичности М. Лалли[254]. Эти техники «позволяют лишь опосредованно описать характер идентичности с городом в отдельных ее проявлениях: как территориально-пространственной отнесенности к месту проживания, как восприятия особенностей городского пространства, архитектуры города, как эстетического или эмоционально-потребностного отношения к городской среде и т. п.»[255]

Ученые традиционно выделяют когнитивный компонент (устойчивые пространственные представления о регионе, о самоидентификации индивида с какой-либо социально-территориальной общностью), ценностный (система ценностей локальной общности), эмоциональный (привязанность к территории, чувство любви, родства соответствии города потребностям и интересам его

---

[253] Муравьева О. И., Литвина С. А., Богомаз С. А. Средовая идентичность: содержание понятия // Сибирский психологический журнал. 2015. № 58. С. 136–148. DOI: http://dx.doi.org/10.17223/17267080/58/10

[254] Lalli M. Urban-related identity: Theory, measurement, and empirical findings // Journal of Environmental Psychology. – 1992. – Vol. 12 (4). – P. 285–303. DOI: http://dx.doi.org/10.1016/S0272-4944(05)80078-7)c

[255] Литвина С.А., Муравьева О.И. Опросник идентичности с городом: разработка, валидизация, проверка надёжности// Вестник Новосибирского государственного педагогического университета
2018, том 8, № 1 DOI: 10.15293/2226-3365.1801.05 https://cyberleninka.ru/article/n/oprosnik-identichnosti-s-gorodom-razrabotka-validizatsiya-proverka-nadezhnosti/viewer

жителей, об удовлетворенности качеством городской территории, о чувствах, которые вызывает город у своих жителей), поведенческий (о том, что мог бы (хотел бы) сделать горожанин для своего города) [256].

В проанализированной нами методике изучения культурной идентичности, разработанной С.А. Литвиновой и О.И. Муравьевой и получившей название «Томский опросник идентичности», идентичность рассматривается как самоопределение индивида в городской среде. Опросник включает не только традиционно выделяемые измерения идентичности: когнитивные эмоциональные и оценочные[257], отражающие связь индивида с определённым местом, но и показатели, отражающие поведение индивида, а именно, готовность действовать в интересах города. В исследовании используются четыре шкалы, измеряющие городскую идентичности с городом по когнитивному, эмоциональному, оценочному и деятельностно-поведенческому измерениям[258].

В научном дискурсе преобладает трактовка городской идентичности как компонента социальной идентичности, формирующегося через коммуникационные практики и жизненный опыт в городской среде. Её содержание

---

[256] Авилов Г. М. Региональная идентичность молодежи и проблема формирования имиджа региона // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2019. № 1 (33). С. 110–119.
Головнева Е. В. Формы дискурсивной репрезентации городской идентичности / Е. В. Головнева // Социология власти. 2014. № 2. С. 56–64.
Горнова Г. В. Визуально-семиотические аспекты городской идентичности // Праксима. 2019. № 21(3). С. 62–74. DOI: 10.23951/2312-7899-2019-3-62-74
Оплетина И. А. Выраженность компонентов гражданской идентичности у жителей разных регионов России // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. № 6. С. 89–93. https://doi.org/10.24158/spp.2021.6.14.
Печеркина И. Ф. Территориальная идентичность в социальном пространстве // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2021. Том 7. № 4 (28). С. 85–101. DOI: 10.21684/2411-7897-2021-7-4-85-101
Скалабан И. А. Территориальная идентичность как фактор социального участия: поколенный контекст // Идеи и идеалы. 2014. № 1(19). С. 65–74.

[257] Jorgensen B., Stedman R. Sense of place as an attitude: Lakeshore owners attitudes toward their properties // Journal of Environmental Psychology. 2001. Vol. 21 (3). c. 233–248. DOI:http://dx.doi.org/10.1006/jevp.2001.0226

[258] Литвина С.А., Муравьева О.И. Опросник идентичности с городом: разработка, валидизация, проверка надёжности// Вестник Новосибирского государственного педагогического университета
2018, том 8, № 1 DOI: 10.15293/2226-3365.1801.05 https://cyberleninka.ru/article/n/oprosnik-identichnosti-s-gorodom-razrabotka-validizatsiya-proverka-nadezhnosti/viewer (дата обращения 1.05.2026)

раскрывается через разделяемые жителями образы города, устоявшиеся модели социального взаимодействия и групповые стереотипы, разграничивающие «своих» и «чужих»[259]. В рамках данной парадигмы исследователи концентрируются на образе города как социальном конструкте, воспроизводимом самими горожанами, а также на нормах и стиле жизни, выступающих интегративной основой городского сообщества.

По результатам проведенного исследования Федотова Н.Г. выделяет: а) особенности самоидентификации новгородцев (анализ собственной оценки особенностей горожан и их отличие от жителей других городов); б) личностные аспекты идентификации с городом (выявление оснований, на которых строятся символические связи между горожанином и городом, обеспечивающих привязанность к месту); в) основания для гордости новгородцев (определение наиболее ценных для горожан фактов, событий, процессов, вызывающих позитивные ассоциации с городом). Выявленный внутренний потенциал идентичности позволяет идентифицировать символические основания, которые составляют культурный код города[260].

В методике, предложенной И.Н. Воробьевой акцент делается на эмоциональном и поведенческом компоненте территориальной идентичности[261]. Также было проведено масштабное исследование идентичностей в ряде городов России (Владимир, Ростов-на-Дону, Ярославль и пр.) как основы формирования устойчивых местных сообществ в рамках проблемы повышения уровня

---

[259] Bernardo F., Palma-Oliveira J. M. Place identity, place attachment and the scale of place: the impact of place salience // Psychology. 2013. Vol. 4. P. 167–193. DOI: https://doi.org/10.1080/21711976.2013.10773867 16.
Pol E. The theoretical background of the city-identity-sustainability network // Environment and Behavior. 2002. Vol. 34, Issue 1. – P. 8–25. DOI: https://doi.org/10.1177/0013916502034001002
Uzzell D., Pol E., Badenas D. Place Identification, Social Cohesion, and Environmental Sustainability // Environment and Behavior. 2002. Vol. 34, Issue 1. P. 26–53. DOI: https://doi.org/10.1177/0013916502034001003

[260] Федотова Н.Г. Внутренний потенциал городской идентичности // Общество. Среда. Развитие. 2023, №3. С. 130–133. DOI 10.53115/ 19975996_2023_03_130–133 https://www.terrahumana.ru/arhiv/23_03/23_03_18.pdf

[261] Воробьева И. Н. Территориальная идентичность населения: методика эмпирического измерения // Siberian Socium. 2022. Том 7. № 1 (23). С. 29-44 DOI: 10.21684/2587-8484-2023-7-1-29-44 https://www.utmn.ru/upload/iblock/4fd/29_44_Vorobeva.pdf

социального доверия и солидаризации[262]. В исследовании по оценке культурно-исторического потенциала города Верхняя Салда изучался уровень информированности об истории города, культурно-историческом наследии, а также определялась ценность культурно-исторических объектов и достопримечательных мест, представляющих ценность для респондентов, оценивалась социальная активность горожан, их готовность включиться в общественную активность города[263].

Продуктивным для нашего исследования являются результаты исследования городской идентичности, проведенные с использованием методики С. Анхольтом[264]. В этом исследовании ученый измеряет бренд города с помощью шести показателей, известных как «Шестиугольник городского бренда»: присутствие (видимость города, репутация и вклад в мировую экономику); место (физическая среда, комфорт и эстетическая привлекательность); потенциал (экономические и образовательные возможности); пульс (культурная и развлекательная привлекательность); люди (дружелюбие и безопасность); и предпосылки (качество инфраструктуры и городских объектов). С. Анхольт обобщает шестиугольник городского бренда как образ города, представленный шестью ключевыми измерениями[265].

Наиболее продуктивной для нашего анализа культурной идентичность выступает методика О.С. Чернявской, в которой выделяется[266]включенность индивида в физическое пространство города (естественный и рукотворный ландшафт, архитектуру и структуру пространства городских локаций); в

---

[262] Крупкин П.Л. К вопросу о «гражданской религии» РФ: локальные идентичности Ростова-на-Дону и Ярославля. Социология религии в обществе Позднего Модерна: сб. статей. Белгород: 29–35. 2014.

[263] Медведева А.Н., Ларионова В.А. К проблеме сохранения культурно-исторического и природного наследия малых городов как основы стратегического развития https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/60209/1/978-5-7996-2406-4_01_19.pdf

[264] Anholt S. Anholt nation brands index: how does the world see America? J. Advert. 2005. Res. 45, 296–304. doi: 10.1017/S0021849905050336

[265] Anholt S. The Anholt-GMI city brands index: how the world sees the world’s cities. 2006. С.18–31. doi: 10.1057/palgrave.pb.5990042

[266] Чернявская О.С. Изучение идентичности горожан // Вестник Нижегородского Государственного университета. Серия Социальные науки, 2012, №2(26) с. 96-102. https://cyberleninka.ru/article/n/izuchenie-identichnosti-gorozhan/viewer

информационное пространство (знания/представления о самом городе); в социальное пространство (номинальные и реальные территориальные социальные группы). Под включенностью в первый аспект понимается «личный опыт использования, наделение субъективно значимыми смыслами» места, которое воспринимается личностно. В информационном пространстве О.С. Чернявская выделяет образы города: известные, разделяемые, принимаемые и отторгаемые. В третьем аспекте оцениваются источники информации о городе, активность горожан в поиске информации и т.п.

Индикаторы включенности в физическое пространство служат следующие параметры: освоенность/неосвоенность (количество знакомых мест); присвоенность / чуждость территории (количество и характер используемых мест); детализация (запоминаемость мест); комфортность /неуютность территории; воспринимаемое разнообразие территорий/гомогенность территории. Индикаторами включенности в информационное пространство могут быть следующие параметры: наличие/отсутствие образа города; позитивный/негативный образ; желаемый образ своего города; эмоциональное отношение к настоящему и будущем города; включенность в пространство циркуляции информации; интерес к истории города. Индикаторы включенности в социальное пространство выступают самоназвание индивида (например, я «нижегородец»); территориальное сообщество; основания для гордости; интерес к актуальным событиям и проблемам; интерес к будущему города. В ходе исследования автор, изучая наиболее значимые элементы городского пространства, и те, которые оказываются вне зоны интересов горожан, выявляет дистанцию, которая существует между жителями и гордом, ищет пути к такому конструированию городского пространства, «чтобы оно способствовало формированию идентичности горожан».

Большинство проанализированных нами методик опираются на классическую структуру идентичности, выделяя когнитивный, эмоциональный, ценностный и поведенческий компоненты, что позволяет фиксировать идентичность как целостный феномен. Важно отметить, что в методиках С.А.

Литвиновой, О.И. Муравьевой, Н.Г. Федотовой фиксируется не только внутреннее отношение к месту, но и готовность к действию, социальную активность. Подход О.С. Чернявской, разделяющий включённость в физическое, информационное и социальное пространства, предлагает чёткую систему индикаторов, позволяющую определить взаимоотношения индивида и городской среды. Вместе с тем, в этих методиках основной фокус сконцентрирован на территориальной/социальной, а не культурной идентичности и инструменты адаптированы для изучения крупных и средних городов с недостаточной, на наш взгляд, адаптацией к контексту малых городов. В них недостаточно четко прослеживаются причинно-следственные связи между конкретными архитектурными объектами и формированием культурных смыслов.

Безусловным достоинством вышеприведённых методик (М. Лалли, С.А. Литвиной, Н.Г. Федотовой и О.С. Чернявской) является их опора на многокомпонентную структуру идентичности (аффективный, когнитивный, поведенческий), что позволяет изучать не только отношение индивида к месту, но и его/ее готовность действовать, включенность в социальное, информационное и физическое пространство. Они позволяют в более широком плане изучать социальную и территориальную идентичность, выступают для нас общей теоретико-методологической базой. Однако для достижения поставленной нами цели сохранения культурной идентичности жителей малых исторических городов, в приведенных методиках недостаточно раскрыта и операционализирована связь с градостроительным планом, архитектурными объектами, физической средой.

Выводы к параграфу §1.2.

Таким образом различные подходы позволяют нам сформировать научное поле исследования, где понятие идентарности формирует континуум от территориальной, к городской и потом к культурной идентичности. Изучение дискурсов идентичности позволило нам интегрировать положения из различных наук, где внимание исследователей фокусируется на влиянии материальных объектов и исторического ландшафта на культурную идентичность индивида. Для

дальнейшего исследования мы предлагаем выделить три уровня идентичности индивида с городом: фактическую; функциональную; и культурную идентичность. Последнюю мы определяем как осознанный уровень самоидентификации, формирующийся через когнитивную и эмоциональную интернализацию исторического ландшафта (в том числе градостроительного плана) и архитектурных объектов.

Проведенный нами анализ демонстрирует, что существующий методический аппарат обладает значительным диагностическим потенциалом, но остаётся недостаточным для комплексного изучения культурной идентичности в контексте малых городов, где архитектурная среда выступает ключевым носителем культурно-исторического кода. Предложенные методические подходы позволяют рассматривать культурную идентичность как динамическую систему, чувствительную к материальным и нематериальным объектам. С целью изучения отношения к материальным объектам мы проведем градостроительный анализ, где зафиксируем памятники архитектуры, планы улиц, имеющиеся в г. Осташков в настоящее время. В последующем социологическом исследовании мы сфокусируемся на изучении отношения жителей города к ним.

ГЛАВА 2. МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЙ АНАЛИЗ МАЛОГО ГОРОДА (НА ПРИМЕРЕ Г. ОСТАШКОВ, ТВЕРСКОЙ ОБЛАСТИ)

Современные вызовы с которыми сталкиваются города в условиях глобализации и стремительной трансформации городских сред, требуют от исследователей и практиков перехода от узкоспециализированных подходов к комплексным, междисциплинарным подходам. Градостроительные методы, ориентированные преимущественно на физическую планировку и инженерную инфраструктуру не могут полностью учесть сложную социокультурную динамику.

В данной главе сделана попытка применения междисциплинарного подхода к анализу малого города, который позволяет интегрировать в единое целое градостроительные и социологические аспекты. Данный анализ позволит разработать коммуникационную кампанию для последующих управленческих интервенций. На основе междисциплинарного подхода мы выстраивает целостную картину взаимосвязей между пространственной организацией территории и исследованием культурной идентичности жителей малого города.

Для эмпирического исследования выбран город Осташков Тверской области. В структуре главы отражено поэтапное применение междисциплинарного анализа. В первом параграфе проводится градостроительный анализ Осташкова, выявляющий специфику его пространственной организации, инфраструктуры и функционального зонирования. Данные, полученные в ходе градостроительного анализа помогают нам выявить факторы, которые влияют на качество жизни и восприятие города жителями. Выявленные аспекты затем послужат эмпирическим обоснованием для выработки коммуникационной стратегии управления культурной идентичностью.

Во втором параграфе будет представлена методика и основные результаты социологического исследования взаимосвязи культурной идентичности с архитектурными объектами. Предлагаемый нами градостроительный анализ позволит не только описать ситуацию, но и предложить обоснованные рекомендации для формирования коммуникационно-управленческих стратегий,

способных обеспечить развитие и сохранение культурной идентичности жителя малого города.

Выбор г. Осташков для градостроительного и социокультурного анализа сделан исходя из его историко-архитектурной ценности, а также высокого уровня скрытого инновационного потенциала (далее СИП). Высокий СИП города Осташков, выявлен в ходе исследования по методике[267], предложенной Благовидовой Н.Г. и Юдиной Н.В. Согласно результатам анализа, проведенного по специально разработанной системе индикаторов, Осташков входит в число лидеров среди малых исторических городов Тверской области по совокупному СИП. Туда же входят такие города, как Торжок, Старица и др. Высокий СИП обусловлен, прежде всего, сохранностью регулярной градостроительной структуры, сформированной в XVIII веке и сохранившей свою функциональную и композиционную целостность до настоящего времени. Именно города, получившие плановую застройку в екатерининскую эпоху и сумевшие сохранить архитектурно-планировочную структуру, по мнению авторов методики, обладают наибольшим СИП. Такая структура исторически ориентирована на локальные производства и промыслы. В современных условиях это создаёт благоприятные предпосылки для возрождения экономики региона.

Кроме того, г. Осташков характеризуется ансамблевой и пространственной целостностью исторической среды. Данный фактор напрямую влияет на балл по индикатору «структурно-планировочной связности». Последний выступает как ключевой элемент физической устойчивости городской среды и её способности выполнять инновационные функции. Осташков относится к типу туристических, рекреационных городов, что в рамках предложенной классификации считается более перспективным для развития города по сравнению с аграрными или индустриальными поселениями.

---

[267] Благовидова Н.Г., Юдина Н.В. Скрытый потенциал малых городов // Academia. Архитектура и строительство. 2021. №1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/skrytyy-potentsial-malyh-gorodov (дата обращения: 13.10.2025).

При проведении градостроительного мы удеяем особое внимание историко-архитектурному опорному плану и его взаимосвязи с общественными пространствами, и дорожной инфраструктурой. Историко-архитектурной опорный план позволяет нам зафиксировать все сохранившиеся и утраченные памятники архитектуры. Данный план является одним из важных факторов в сохранение исторического облика города. Якорные точки показывают нам как функционально и символически значимые объекты или зоны, вокруг которых концентрируются социальные практики, способствуют укреплению чувства принадлежности к месту. В анализе рассматривается историческая часть г. Осташков, так как в ней сосредоточены ключевые памятники архитектуры и основные общественные пространства города. Также проведенный анализ подсвечивает исторически сформированные маршруты передвижения жителей города.

В градостроительном анализе прослеживается влияние монастырей как ключевых архитектурных доминант и специфика прибрежного расположения на озере Селигер. План города можно рассматривать как систему пространственных связей, через которые осуществляется передача культурных символов. Анализ г. Осташков позволяет не только выявить элементы, которые формируют его уникальную идентичность, но и зафиксировать области, где разрыв между физическим состоянием среды и её социальным восприятием создаёт угрозу для сохранения культурной идентичности.

§ 2.1. Градостроительный анализ г. Осташков как пропедевтическая основа социологического исследования.

Целью данного исследования является комплексный градостроительный анализ исторической части города Осташков. Исследование направлено на выявление закономерностей пространственной организации и определение самых значимых элементов каркаса. Мы также показываем оценку современного состояния исторической среды. Для достижения поставленной цели решаются следующие задачи:

- Идентификация и систематизация архитектурных доминант исторического центра, которые формируют пространственный каркас и силуэт города;
- Анализ системы общественных пространств и их функциональной организации;
- Исследование дорожно-транспортной инфраструктуры.
- Оценка соответствия структуры современным требованиям;
- Выявление композиционно-планировочных осей и якорных точек;
- Визуализация результатов градостроительного анализа в виде графических схем.

Исследование базируется на применении комплексной методики градостроительного анализа исторических поселений, которая включает:

- Историко-градостроительный анализ - это изучение планов, карт и документов различных периодов развития города. Все эти элементы позволяют проследить этапы формирования планировочной структуры города;
- Морфологический анализ - это исследование морфологии городской ткани, которое включает анализ кварталов, участков и типов застройки;
- Функциональный анализ - это оценка функционального зонирования и использования территории исторического центра;
- Визуальный анализ это изучение визуальных связей, панорам, силуэта города и роли архитектурных доминант в формировании пространственной структуры;

Характеристика схем градостроительного анализа

В рамках исследования разработана серия взаимосвязанных схем, каждая из которых раскрывает определённый уровень градостроительной организации исторической части г. Осташков. Схемы выполнены автором на основе актуальных картографических материалов и данных натурных обследований.



Рис.1 Ситуационный план Тверская область
Источник: составлено автором.

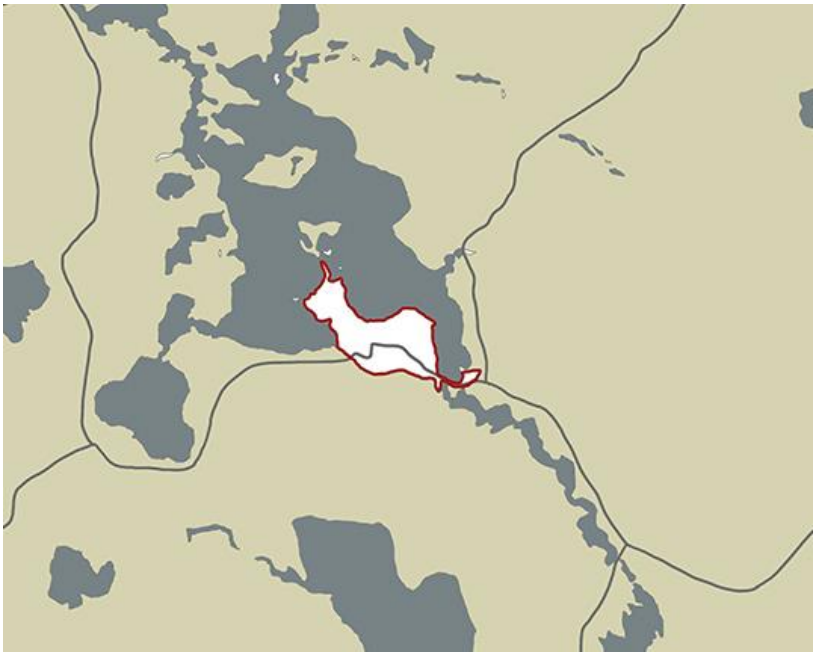


Рис.2 Ситуационный план
Источник: составлено автором.

Анализ ситуационного плана (рис.1-2) г. Осташков в контексте регионального градостроительного развития позволяет оценить пространственную локализацию. Мы получаем ландшафтно-географическую характеристику и описание транспортно-географического положения. Мы выявляем территориальные и топографические ограничения, а также экономическую специализацию и перспективы градостроения.

1. Географическое положение города. Город Осташков имеет уникальное географическое положение. Он находится в Тверской области, на северо-западе региона. В 198 километров от областного центра города Твери. Географические координаты города составляют 57°08'48" северной широты и 33°06'27" восточной долготы, что определяет его принадлежность к зоне Валдайской возвышенности. Административно город является центром Осташковского городского округа, граничащего с Фировским, Кувшиновским, Селижаровским и Пеновским муниципальными округами Тверской области, а на севере с Новгородской областью.

2. Ландшафтно-географическая характеристика. Уникальность местоположения города обусловлена его размещением на глубоко вдающемся в озеро Селигер полуострове Житное. Данная топографическая особенность определяет специфическую конфигурацию городского пространства и накладывает существенные ограничения на возможности территориального развития. Озеро Селигер представляет собой крупнейший водный объект региона, который входит в систему взаимосвязанных озер и проток. Так как город расположен в южной части озера, это исторически предопределило его развитие как центра водного транспорта и туризма. Наличие водной акватории формирует особый микроклимат территории и создает благоприятные условия для развития рекреационной деятельности. Остров Кличен, расположенный в километре к северу от города и соединенный с берегом пешеходной дамбой, представляет собой памятник природы регионального значения и усиливает рекреационный потенциал территории.

3. Транспортно-географическое положение. Город обслуживается железнодорожной станцией «Осташков» Октябрьской железной дороги, расположенной на линии Соблаго - Бологое. Станция была открыта в 1907 году и по настоящее время обеспечивает железнодорожную связь с областным центром и другими регионами. С 2023 года для туристов запущен ретропоезд «Селигер», курсирующий по маршруту Бологое – Осташков. Запуск поезда оказал положительное влияние на развитие туризма и движение туристических потоков.

Автомобильные дороги. Осташков связан с другими населенными пунктами системой автомобильных дорог регионального значения. Автодорога Торжок - Осташков является основным туристическим маршрутом к озеру Селигер. В период 2021-2023 годов проведена масштабная реконструкция данной автодороги протяженностью 86,13 км в рамках национального проекта[268]. Автодорога Осташков - Селижарово - Ржев общей протяженностью 119,6 км связывает северо-западные районы области с трассой федерального значения и проходит по территориям Осташковского, Селижаровского и Ржевского районов. Данная дорога также является важным туристическим маршрутом к озеру Селигер, Нило-Столбенской пустыни и истоку Волги. Расстояние до Москвы составляет около 400 километров, а значит можно определять город Осташков как доступный объект для туристических поездок из столицы.

4. Региональное значение и функциональная специализация определяет г. Осташков как туристический и рекреационный центр и центр туризма на озерах Селигер и Верхневолжское.

5. Экономическая специализация. Город обладает производственным потенциалом, представленным историческим Осташковским кожевенным заводом, основанным в 1730 году. Также в городе расположен завод по производству электроакустической аппаратуры и средств связи «Луч» и «Птицефабрика Верхневолжская».

6. Градостроительное планирование и перспективы развития. Генеральный план Осташковского городского округа[269] был утвержден в ноябре 2022 года и определяет функциональное зонирование территории с учетом реализации инвестиционных проектов и ввода новых социальных учреждений. В июле 2025 года при поддержке ВЭБ.РФ[270] начата разработка мастер-плана г. Осташков,

---

[268] Официальный сайт правительства тверской области URL: https://tverreg.ru/novosti/?ELEMENT_ID=199065 (дата обращения 15.03.26)

[269] Постановление Правительства Тверской области от 29.11.2022 № 668-пп "Об утверждении генерального плана Осташковского городского округа Тверской области"URL: http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/6900202212010003?index=21 (дата обращения 15.03.26)

[270] Официальный сайт ВЭБ РФ URL: https://вэб.рф/press-tsentr/61750/ (дата обращения 15.03.26)

который определит вектор развития муниципалитета до 2035 года. Данный мастер-план будет включать развитие социальной инфраструктуры, модернизацию городской среды, развитие туристического кластера, поддержку малого и среднего бизнеса, сохранение историко-культурного наследия, и развитие производственного потенциала города.

7. Ограничения и особенности территориального развития. Значительная часть территории Осташковского городского округа находится в водоохранной зоне озера Селигер, что накладывает ограничения на хозяйственную деятельность в соответствии со статьей 65 Водного кодекса Российской Федерации[271] в водоохранной зоне.

8. Топографические ограничения. Расположение города на полуострове ограничивает возможности линейного расширения территории и требует компактной модели развития с эффективным использованием существующей застройки. В границах города установлены зоны с особыми условиями использования территории: зоны охраны объектов культурного наследия (183 памятника архитектуры), санитарно-защитные зоны промышленных объектов и придорожные полосы автомобильных дорог.

9. Пространственная структура расселения. Осташковский городской округ характеризуется рассредоточенным характером расселения вдоль водной системы озера Селигер. Это требует развития транспортной инфраструктуры для обеспечения связности территории.

Проведённый анализ ситуационного положения позволяет зафиксировать ряд пространственных условий, которые непосредственно влияют на социальное взаимодействие жителей города. Так как Осташков находится на полуострове, то город имеет ограничение территорий водной акваторией. Это формирует у горожан устойчивое ощущение пространственной обособленности и локальной

---

[271] "Водный кодекс Российской Федерации" от 03.06.2006 N 74-ФЗ (ред. от 29.12.2025) (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.03.2026)URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_60683/4c65ff0f232195d8dccc08535d2c3923d5b67f1c/ (дата обращения 15.03.26)

принадлежности. Значительная удалённость от областного центра и ограниченность транспортных связей, в виде одной основной автодороги и единственной железнодорожной линии, создали условия для формирования самодостаточного локального сообщества. В этом сообществе социальные практики ориентированы преимущественно на внутренние ресурсы территории. Вместе с тем данная транспортная изолированность и ограниченность инфраструктурных возможностей формируют у молодого поколения мотивацию к оттоку в более крупные города. В связи с тем, что в более крупных городах социально-культурная жизнь является для них более привлекательной. Отток молодежи ведёт к постепенному «старению» населения города и ослаблению механизмов передачи культурно-исторических традиций, нарративов и привязанностей к месту. Доминирование водного ландшафта в повседневной жизни и восприятии города горожанами формирует особую значимость водной акватории. Озеро Селигер выступает не просто географическим объектом, а смыслообразующим, определяющим ритм хозяйственной жизни. Водная акватория является зоной отдыха, местом рекреационных практик и имеет символические привязки. Экономическая специализация города, которая исторически связанна с кожевенным производством и водным транспортом - в современности нацелена на развитие туристического кластера. Это создаёт напряжение между традиционными практиками ремесленного труда и новыми функциями города в туристической области.

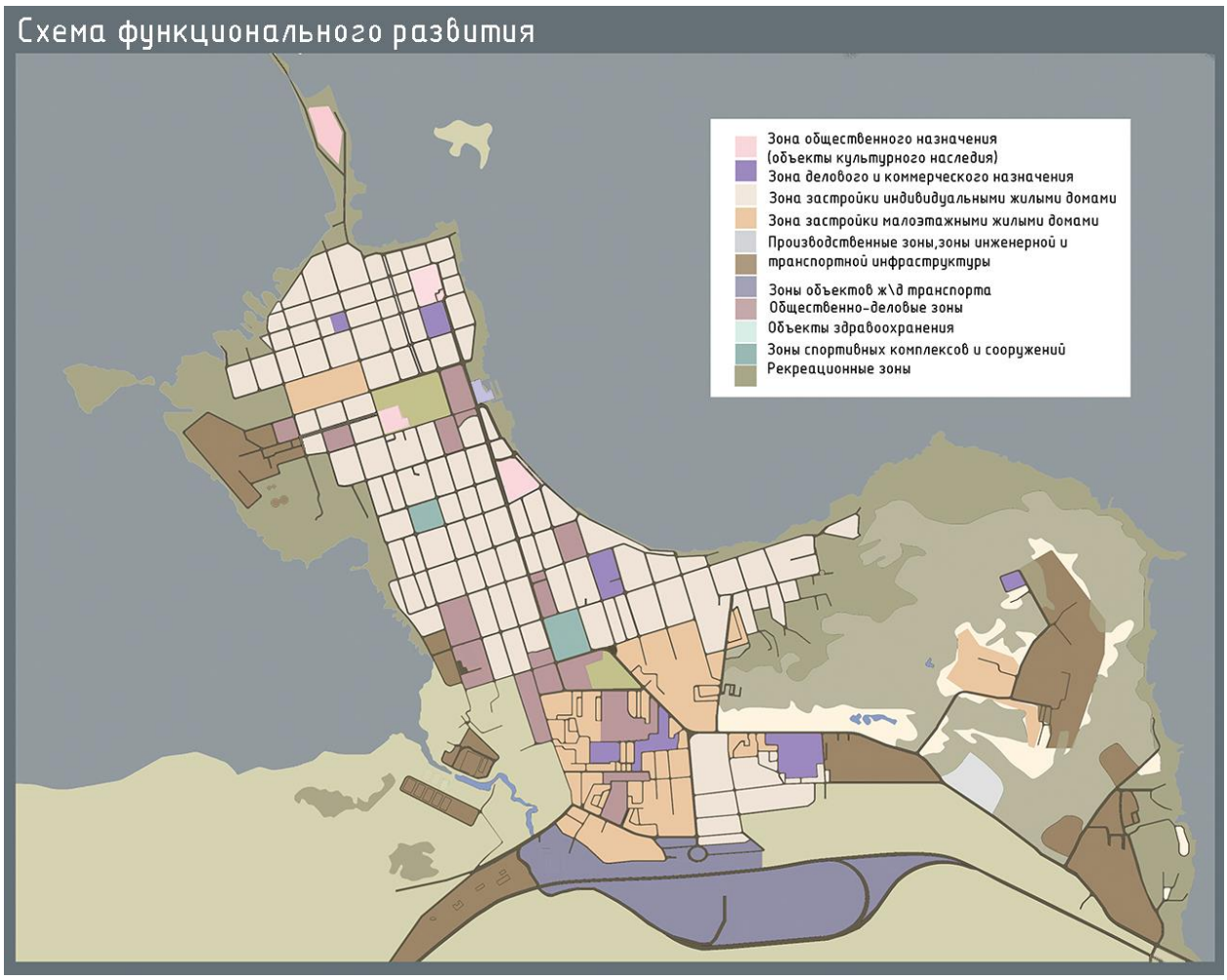


Рис.3 Схема функционального развития
Источник: составлено автором.

Схема функционального зонирования

Анализ схемы (рис.3) функционального зонирования территории города Осташков демонстрирует дифференцированный подход к организации территории города Осташков. Город расположенного в уникальных географических условиях полуострова озера Селигер. Визуальный анализ выявляет полицентрическую модель пространственной организации с четким функциональным районированием.

1. Жилые зоны доминируют в структуре городского пространства, занимая преимущественно центральную и северную части полуострова. На схеме идентифицируются две основные категории жилой застройки: зоны индивидуального жилищного строительства (светло-бежевый цвет) и зоны малоэтажной жилой застройки (светло-оранжевый цвет). Подобная дифференциация отражает исторически сложившуюся структуру расселения, где

исторический центр с регулярной планировкой XVIII века сочетается с более поздними кварталами индивидуальной застройки.

2. Общественно-деловые зоны (розово-коричневый цвет) и зоны делового и коммерческого назначения (темно-фиолетовый цвет) концентрируются преимущественно вдоль основных транспортных коридоров и в центральной части города, что соответствует принципам классического градостроительства и обеспечивает доступность объектов инфраструктуры для населения.

3. Производственные зоны и зоны инженерно-транспортной инфраструктуры (коричневый цвет) вынесены на периферию городской территории, преимущественно в юго-западную и юго-восточную части полуострова. Подобное размещение обусловлено санитарно-гигиеническими требованиями, а также близостью к транспортным коммуникациям и водным ресурсам, которые необходимы для функционирования промышленных предприятий, в том числе и исторический Осташковский кожевенный завод.

4. Рекреационные зоны (оливково-зеленый цвет) занимают значительные территории вдоль береговой линии озера Селигер и отражают стратегическую ориентацию города на развитие туристско-рекреационного кластера.

5. Объекты здравоохранения (голубой цвет) и спортивные комплексы (бирюзовый цвет) распределены по территории города с обеспечением доступности для различных жилых районов.

Функциональное зонирование города отражает исторически сложившиеся социальные практики и одновременно задаёт рамки для их воспроизводства или трансформации. Концентрация жилой застройки в центральной и северной частях полуострова означает, что повседневные маршруты большинства жителей пролегают через историческое ядро, что потенциально обеспечивает регулярный визуальный и физический контакт с объектами наследия. Сам по себе транзитный характер такого контакта не гарантирует его осмысленности. Историческая среда может восприниматься как «фон» повседневности, а не как ресурс идентичности. Вынесение производственных зон на периферию при сохранении исторической памяти о кожевенном производстве создаёт разрыв между материальным

наследием труда и актуальными трудовыми практиками горожан. Кожевенный завод как место работы утрачивает связь с заводом как символом исторических промыслов, которые веками формировались в городе. Ориентация рекреационных зон преимущественно на туристический поток ставит вопрос о доступности береговой линии для жителей в их повседневных практиках. Здесь возможно возникновение разрыва между восприятием «водного фасада» города туристами и местными жителями, при этом баланс принадлежности смещается в пользу туристов. Местные жители ощущают свою связь с этим пространством в меньшей степени. При этом на схеме функционального зонирования фиксируется отсутствие выраженных рекреационных связей. А именно - непрерывных пешеходных маршрутов, зелёных коридоров и буферных пространств, которые соединяли бы жилые кварталы с рекреационными зонами и обеспечивали бы их взаимную проницаемость. Территории для отдыха существуют как изолированные зоны вдоль береговой линии и не включены в повседневное использование, что ограничивает возможности жителей для спонтанных прогулочных практик, неформального досуга у воды.

Схема историко-архитектурного опорного плана

К культурному наследию района, наряду с памятниками истории и культуры относится исторически сложившаяся система расселения, представленная на рисунке 4. Старинные сельские поселения, их природно-ландшафтное окружение, исторические пути сообщения, определяемые как функционально-пространственная среда, в которой осуществляется современная духовная, социально-культурная и хозяйственная деятельность.

Согласно перечню объектов культурного наследия на территории Осташковского муниципального района (памятники истории и культуры) в официальном списке представлены 955 объектов, в том числе 102 объекта федерального значения, 686 - регионального значения. Большинство из них расположены в районном центре. В г. Осташков насчитывается 183 памятника архитектуры.



Рис.4 Историко-архитектурный опорный план
Источник: составлено автором.

Представленная схема историко-архитектурного опорного плана города Осташкова демонстрирует пространственную дислокацию памятников архитектуры (выделены красным цветом) в контексте существующей градостроительной структуры. Визуальный анализ выявляет несколько закономерностей в размещении объектов культурного наследия:

1. Концентрация в историческом ядре. Наибольшая плотность памятников наблюдается в центральной части полуострова, где сформировался исторический центр города. Данная зона соответствует территории бывшей Осташковской крепости и прилегающим кварталам.

2. Линейная структура вдоль основных магистралей. Памятники архитектуры тяготеют к главным градостроительным осям, идущим вдоль полуострова, это обусловлено особенностями реализации генерального плана И.Е. Старова[272]. Данный план предусматривал регулярную квартальную застройку с прямыми улицами. Важно отметить, что регулярная планировка города является памятником градостроительного искусства екатерининской эпохи, которая сохранила свою структуру до настоящего времени.

На основании проведённого анализа мы отмечаем периферийное расположение единичных памятников в северной и южной частях города, что отражает поэтапное расширение городской территории в XVIII–XIX веках. Выявленная концентрация памятников в историческом ядре и их линейное расположение вдоль магистралей оказывает, по нашему мнению, влияние на восприятие культурно-исторического наследия. Высокая плотность архитектурных объектов в историческом центре Осташкова свидетельствует не только о богатстве материального наследия, но и о значительном СИП города. Большое количество памятников архитектуры в городе Осташков являются ресурсом, который может способствовать культурному и социальному развитию города.

Вместе с тем ключевым показателем реализации данного потенциала является не само наличие памятников, а степень их интегрированности в повседневную жизнь города с разнообразными функциями – от транзитного визуального контакта до целенаправленного посещения, от фонового присутствия до активного осмысления и присвоения. Именно функциональная вовлечённость наследия в практики горожан определяет, работает ли оно как ресурс культурной

---

[272] Генеральный план муниципального образования осташковской городской округ URL: https://осташковский-округ.рф/tinybrowser/files/ter-planirovanie/2020/11/1/2materialy-po-obosnovaniyu-v-tekstovoy-forme.pdf (дата обращения: 22.04.26)

идентичности или остаётся «законсервированным» объектом. Наследие физически присутствует в повседневном маршруте, но может не включаться в активные практики осмысления и присвоения, воспринимаясь как «фон» повседневности, а не как ресурс культурной идентичности.

Архитектурные доминанты

Выбор архитектурных доминант осуществлялся по трём ключевым критериям. Это критерии визуальной значимости в городском силуэте, фактической посещаемости и статуса объекта культурного наследия. Под архитектурной доминантой понимается «господствующий элемент в композиции ансамбля»[273]. К архитектурно-градостроительные доминантам относят «архитектурные ансамбли или отдельные здания (комплекс сооружений или отдельное сооружение), господствующие в окружающей застройке и (или) ландшафте, организующие пространство вокруг себя, формирующие композиционную систему и играющие активную градоформирующую роль»[274].

Первая схема посвящена выявлению и локализации архитектурных доминант, то есть ключевых объектов архитектурного наследия. Архитектурные доминанты формируют пространственный каркас, силуэт и визуальный образ исторического города. На схеме обозначены 13 объектов, которые мы выделяем как представляющие наибольшую историко-культурную и градостроительную ценность. Каждая доминанта обозначена на схеме порядковым номером и выделена красным цветом, что позволяет наглядно оценить их распределение по территории исторического центра и выявить зоны концентрации архитектурного наследия.

Характеристика доминирующих архитектурных доминант

Объекты культовой архитектуры: Богородицкий монастырь, Троицкий собор с Воскресенской церковью, колокольня Церкви Преображения Господня, и Вознесенский собор. Перечисленные объекты исторически выполняли функцию

---

[273] Большая советская энциклопедия: в 30 т. 3-е изд. М.: Советская энциклопедия, 1972. Т8. С.427. URL: https://archive.org/details/B-001-032-517-ALL/page/426/mode/2up (дата обращения 30.04.26)
[274] ГОСТ Р 59124-2020. Сохранение объектов культурного наследия. М.: Стандартинформ, 2020. URL: https://rosgosts.ru/file/gost/97/195/gost_r_59124-2020.pdf (дата обращения: 30.04.2026).

вертикальных доминант, которые организовывали городское пространство и служили визуальными ориентирами.

К числу наиболее значимых объектов культурного наследия федерального значения в г. Осташкове относятся следующие объекты, Ансамбль соборов в исторической части города и Воскресенский собор, который представляет собой один из древнейших каменных храмов Тверской области, построенный в традициях ярославской школы зодчества. Пятиглавый четверик с двумя рядами кокошников и шатровой колокольней демонстрирует характерные черты посадского храмостроения второй половины XVII столетия.



Архитектурные доминанты

1. Богородицкий монастырь
2. Троицкий собор и Воскресенская церковь
3. Здание Ратуши
4. Выставочный центр
5. Дом архитектора Суравкова
6. Речной вокзал
7. Колокольня Церкви Преображения Господня
8. Кинотеатр
9. Осташковская пожарная часть
10. Осташковская художественная галерея и дворец культуры Юбилейный
11. Дом Абакшиных
12. Вознесенский собор
13. Осташковский районный дом культуры

Рис.5 Схема расположения архитектурных доминант
Источник: составлено автором.

Троицкий собор (1685–1697 гг.) сооружён для Патриаршей слободы и по композиционно-стилистическим признакам близок Воскресенскому собору, исходя из чего можно предполагать влияние ярославских архитектурных традиций на местное зодчество. В середине XVIII века для собора возведена отдельно стоящая колокольня, которая отличается более динамичными барочными формами. В настоящее время в здании размещается экспозиция Осташковского краеведческого музея.

Знаменский монастырь (основан в 1673 г.) с Вознесенским собором (1730–1748 гг.) представляет собой образец монастырского строительства первой половин XVIII века.

Богородицкий Житенный монастырь (основан в 1716 г.) со Смоленским собором (1737–1743 гг.) демонстрирует переходные архитектурные формы от узорочья к раннему классицизму.

Гражданская архитектура

Объекты гражданской архитектуры: здание Ратуши, дом архитектора Суравкова, дом Абакшиных, представляющие различные периоды и стили в архитектуре г. Осташков (барокко, классицизм, эклектика).

1. Здание Ратуши (1720 г.) относится к редким образцам административных зданий петровской эпохи в провинциальных городах.

2. Комплекс Осташковского кожевенного завода (основан в 1730 г.) включает старейшие производственные корпуса, в том числе здание хромового производства, и представляет собой объект промышленной архитектуры XVIII–XIX веков. Расположение предприятия на берегу озера Селигер обусловлено технологическими требованиями кожевенного производства, нуждавшегося в значительных водных ресурсах.

Объекты общественной инфраструктуры: выставочный центр, речной вокзал, кинотеатр, Осташковская пожарная часть, художественная галерея с дворцом культуры «Юбилейный», районный дом культуры.

Общественные пространства

Под общественным пространствами понимают «территории общего пользования, которыми беспрепятственно пользуется неограниченный круг лиц (в том числе площади, улицы, проезды, набережные, береговые полосы водных объектов общего пользования, скверы, бульвары)»[275]

Схема (рис.6) демонстрирует систему общественных пространств исторического Осташкова, играющих ключевую роль в организации городской жизни и обеспечении качества городской среды. На схеме выделены пять основных типов пространств, обозначенных синим цветом:

- Евстафьевская улица - главная историческая магистраль города, выполняющая функцию основной композиционной оси и важнейшего общественного пространства.
- Парк Свободы - центральное общественное пространство, расположенное на месте исторической Торговой площади, выполняющее на настоящий момент рекреационную, мемориальную и культурную функции.
- Сквер перед кинотеатром - локальное общественное пространство, обслуживающее потребности местного населения в сфере досуга.
- Рабочая улица – улица в г. Осташков предстает как образец советской архитектуры 1930-х годов. В градостроительном анализе усиливает производственную ось «запад-восток», которая демонстрирует исторически сложившийся маршрут «труд-отдых».
- Набережная - важнейшее рекреационное пространство, обеспечивающее визуальную и функциональную связь города с озером Селигер, а также является ключевым элементом культурно-исторического фасада города.

Выявленные архитектурные доминанты г. Осташков представляют собой не просто формально-композиционные элементы городского силуэта, но выступают как символические маркеры. Исторически культовые вертикали – колокольни и

[275] Градостроительный кодекс Российской Федерации: федеральный закон от 29.12.2004 № 190-ФЗ (ред. от 30.01.2026). Ст. 1, п. 12. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_51040/cdec16ec747f11f3a7a39c7303d03373e0ef91c4/ (дата обращения: 30.04.2026)

купола выполняли не только эстетическую, но и социально-организующую функцию. Они структурировали повседневное время (колокольный звон), обозначали сакральные центры притяжения и служили ориентирами в пространстве полуострова. В современной ситуации, когда религиозные практики утратили массовый характер, эти доминанты превращаются из центров социальной жизни в музейные объекты. Так, например, Троицкий собор перешел в статус краеведческого музея: сакральное пространство переходит в культурно-просветительское, что меняет характер взаимодействия жителя с объектом, из участника ритуала он становится посетителем экспозиции. Таким образом, система доминант содержит в себе потенциал для формирования культурной идентичности, но их актуализация зависит от того, включены ли они в повседневные социальные практики горожан или существуют как отстранённые памятники архитектуры.

Схема позволяет проанализировать локализацию общественных пространств, оценить их доступность и взаимосвязи, а также выявить потенциальные резервы для их развития.

Анализ общественных пространств г. Осташков выявляет их полифункциональность поднимает вопрос того, насколько эти пространства являются актуальными для социальных практик жителей. Евстафьевская улица, будучи главной композиционной осью, исторически выполняла функцию не только транспортного коридора, но и «променада» -места встречи и социального взаимодействия. В современном контексте сохранение этой функции зависит от соотношения транзитного и прогулочного использования. Если улица воспринимается преимущественно как дорога, её потенциал как пространства социализации не реализуется. Парк Свободы, место бывшей Торговой площади, несёт в себе сочетание функций: торговая (экономическая), мемориальная (историческая память), рекреационная (досуг). Смена доминирующей функции с торговой на рекреационно-мемориальную отражает трансформацию социальных практик: место, где ранее происходил экономический обмен и повседневное взаимодействие горожан, становится пространством организованного досуга и торговли.



Рис.6 Схема расположения общественных пространств
Источник: составлено автором.

Набережная как ключевой элемент «водного фасада» исторически была пространством трудовой деятельности (рыболовство, погрузка товаров, обслуживание судов), тогда как в настоящее время она переориентирована в большей степени на рекреацию и туризм. Рабочая улица как образец советской архитектуры 1930-х годов фиксирует в планировочной структуре память об индустриальной модернизации, однако её интеграция в современные маршруты горожан может быть ослаблена в связи с сокращением производственной функции.

Вместе с тем анализ выявляет существенную проблему пространственной связности, рассмотренные общественные пространства функционируют преимущественно как изолированные участки, не объединённые в единую

пешеходную сеть. Как было показано при анализе схемы функционального зонирования, в структуре города отсутствуют выраженные рекреационные зоны. Данная недостаточность и недоразвитость пешеходных связей приводит к разрыву между отдельными общественными пространствами. В результате формируется фрагментированное восприятие городской среды, в котором отсутствует целостный прогулочный или рекреационный маршрут, способный объединить различные смысловые центры города в единый повседневный опыт.

Данная пространственная разобщённость общественных пространств может обусловливать низкую удовлетворённость жителей качеством городской среды и снижать привлекательность отдельных частей города. В частности, недостаточная развитость или полное отсутствие обустроенных общественных зон в непосредственной близости от памятников архитектуры приводит к тому, что объекты наследия не становятся точками притяжения и социального взаимодействия, а остаются «проходными» или «обходными» элементами. Житель, не имеющий возможности задержаться, отдохнуть, вступить в неформальное общение вблизи памятника, не формирует устойчивой эмоциональной и смысловой связи с данным объектом. В перспективе это может негативно сказываться на формировании культурной идентичности. Если памятники и общественные пространства не включены в комфортную, связную и насыщенную повседневными практиками среду, они не становятся ресурсами самоидентификации горожан, а воспринимаются как чужеродные или безразличные элементы городского ландшафта.

Дороги и транспорт

Схема дорог и транспорта (рис.7) иллюстрирует организацию дорожно-транспортной инфраструктуры исторической части Осташкова. На схеме представлены:



Рис.7 Схема дорог и транспорта
Источник: составлено автором.

Автомобильные дороги (зелёные линии) - основная улично-дорожная сеть, сформированная согласно регулярному плану 1772 года. Дорожная сеть имеет чёткую прямоугольную квартальную структуру с выделением главных продольных магистралей параллельных берегу озера, и поперечных улиц, перпендикулярных берегу. Сеть дорог, сохранившаяся с конца XVIII века придает особую ценность градостроительному плану города Осташков, отражая уникальную планировочную структура памятника градостроительного искусства.

Остановки общественного транспорта (голубые кружки) - элементы транспортной инфраструктуры, обеспечивающие доступность ключевых объектов притяжения и функциональных зон города. На схеме мы можем наблюдать, что расположение остановок общественного транспорта соответствует движению по основным осям города.

Схема позволяет оценить пропускную способность улично-дорожной сети. На схеме мы видим, что улично-дорожная сеть соответствует современным транспортным требованиям и обладает высокой степенью сохранности исторической улично-дорожной сети XVIII века. А также имеет характерную прямоугольно-квартальную структуру. Интеграция современных элементов транспортной инфраструктуры в историческую планировочную структуру вдоль основных магистралей свидетельствует о функциональной преемственности и ценности градостроительного наследия города.

Регулярная структура задаёт предсказуемость пространства, где житель может интуитивно ориентироваться в городе. Продольные магистрали, параллельные берегу, и поперечные улицы, перпендикулярные ему, создают ритм движения. Привязка остановок общественного транспорта к основным осям подтверждает, что мобильность жителей структурирована историческим каркасом. При этом необходимо отметить, что на схеме (рис.7) мы наблюдаем ограниченность количества остановок общественного транспорта. Существующие остановки преимущественно привязаны к главным дорогам, что снижает физическую доступность памятников архитектуры и общественно значимых культурных пространств. Некоторые из которых расположены вне непосредственной близости от осей главных дорог. Данная проблема затрагивает как жителей города, так и туристов. Для жителей города удалённость значимых мест от маршрутов общественного транспорта затрудняет их включение в повседневные практики и ослабляет формирование устойчивой связи с культурным наследием, а для туристов затруднённая логистика может стать фактором снижения интереса к посещению. В совокупности недостаточная транспортная доступность объектов наследия и общественных пространств создаёт условия, при которых даже физически сохранные памятники оказываются «выключенными» из активного социального оборота, что может негативно сказываться на их участии в формировании и поддержании культурной идентичности.

Оси и якорные точки

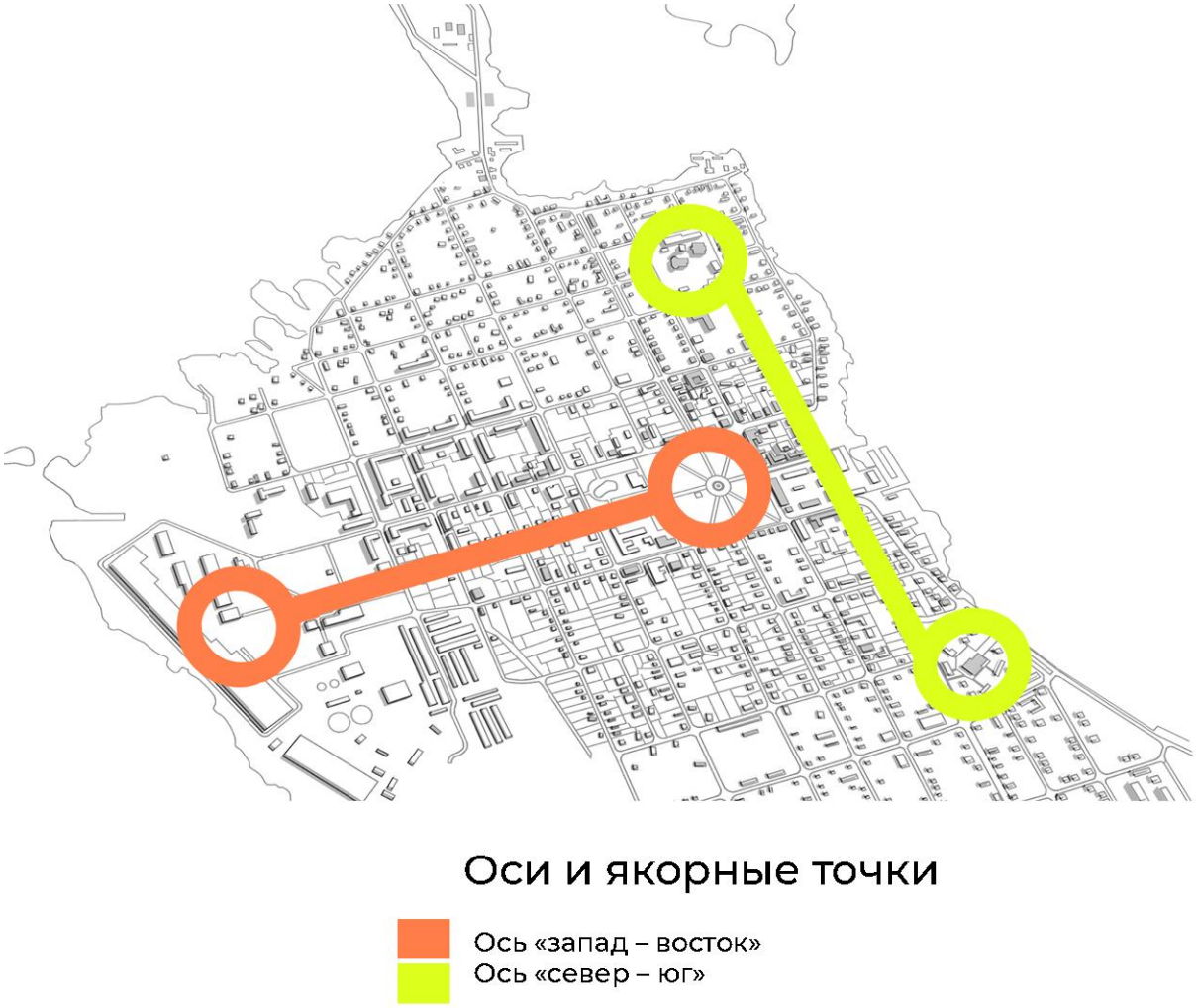


Рис.8 Схема осей и якорных точек
Источник: составлено автором.

Схема осей и якорных точек (рис.8) раскрывает композиционно-планировочную структуру исторической части г. Осташков, которая отражает особый характер планирования города и композиционную ценность его исторических элементов. Через данную схему можно проследить систему градостроительных осей и якорных точек, которые формируют уникальный каркас города.

Ось «запад – восток» (оранжевая)

Данная ось соединяет производственную зону с рекреационной зоной и символизирует содержание полюсов оси «труд – отдых». Кожевенный завод и птицефабрика в западной части города, через парк Свободы (бывшая торговая

площадь) с речным вокзалом, гостиницей, домом отдыха и выходом к берегу озера Селигер. Эта ось отражает функциональное зонирование города, где западный полюс – это производственно-ремесленная зона, которая проходит через общественно-рекреационное пространство и приходит в восточный полюс. Восточный полюс на данной схеме это прибрежная зона с речным вокзалом, откуда отправляются экскурсионные корабли по Селигеру, и объекты туристической инфраструктуры, находящиеся в пешеходной доступности.

Ось «север – юг» (жёлто-зелёная)

Ось соединяет Воскресенскую церковь на севере с Собором Вознесения Господня на юге. Эта ось играет преимущественно культовые и общественно значимые функции.

Якорная точка на севере - Воскресенский собор. Собор является примером отражения характерных черт шатровой архитектуры русского зодчества XVII века. Якорная точка на юге - это Вознесенский (Знаменский) собор, бывший собор Знаменского женского монастыря, который является центром паломничества. Две оси формируют крестообразную композиционную структуру, характерную для русских городов XVIII века и подчёркивающую сакральное значение городского пространства. Также система осей интегрирует природный ландшафт, обеспечивая визуальную и функциональную связь с озером Селигер. Оси поддерживают исторические доминанты, где храмовые комплексы остаются вертикальными акцентами, которые формируют силуэт города.

Структура осей создает гармоничное существование различных функциональных зон. Сочетание производственных, общественных, культовых и рекреационных зон формирует многофункциональную среду. Якорные точки представляют собой ключевые узлы городской структуры, вокруг которых формируются общественные пространства и пешеходные маршруты. Благодаря им город воспринимается как целостный архитектурный ансамбль, в котором сохранился дух екатерининского градостроительства.

Историческая самобытность г. Осташков отражена в планировочной организации. Мы видим взаимосвязь между исторически сложившимися центрами

активности, основными пешеходными маршрутами и объектами культурного наследия. Если исторически спланированное пространство города перестаёт выполнять своё изначальное функциональное и социальное назначение, вследствие этого неминуемо ослабевают связи и композиционные оси, которые его соединяли. Градостроительный ансамбль держится не только на физическом сохранении зданий, но и на невидимых нитях социальных маршрутов, разрушение которых может привести к утрате культурной идентичности.

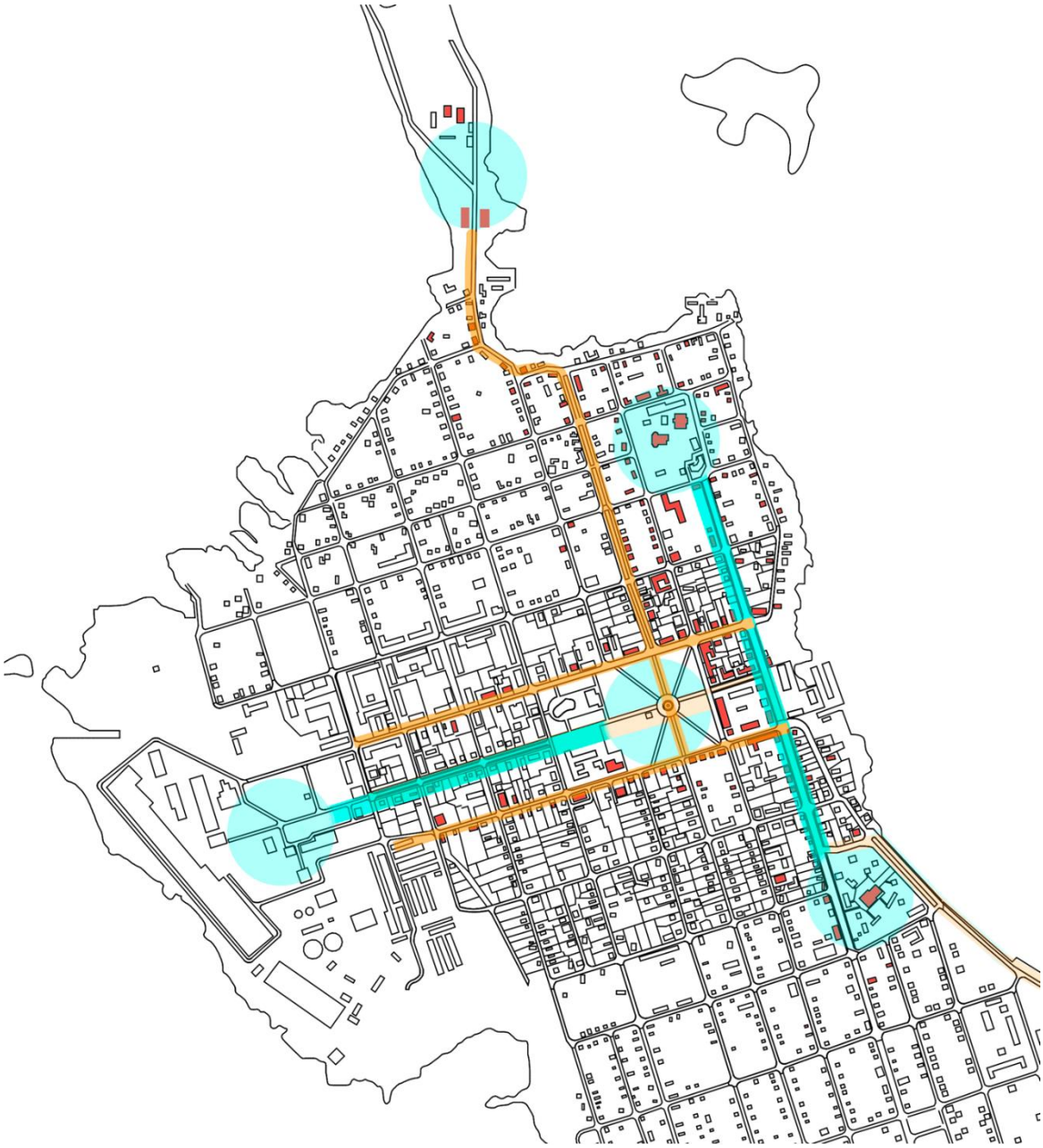


Рис.9 Взаимосвязь якорных точек города, пешеходных маршрутов и памятников архитектуры
Источник: составлено автором.

Водный фасад поселений является одним из самых важных градостроительных элементов и неотъемлемой частью малых городов и поселений у воды, так как отражает культурную и природную идентичность региона, формируя особенный образ поселения.[276]



Рис.10 Панорама города Осташков с воды
Источник: составлено автором.

Водный фасад Осташкова, формируется панорамой города со стороны озера Селигер. Он представляет собой неповторимую композицию, в которой вертикальные доминанты храмовых колоколен, выступают визуальными якорями, которые организуют целостный и узнаваемый силуэт исторического поселения. Водный фасад в этом смысле является не механическим набором отдельных построек, а именно совокупностью объектов, дающей жителю или прибывающему по воде гостю целостное представление о городе. Через неразрывность этой композиции прочитываются исторический образ Осташкова, его значимость и символическое содержание, в котором храмовые вертикали, силуэты набережной и мерная линия малоэтажной застройки образуют единый визуальный образ города. В середине XVIII века новгородский генерал-губернатор Я. Сивере в письме к

[276] Перькова М.В., Ладик Е.И., Грачева А.А. и др. Формирование водного фасада населенных пунктов устья реки Волхов в Ленинградской области // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2025. № 4. С. 96–111. DOI: 10.34031/2071-7318-2025-10-4-96-111.

Екатерине II назвал Осташков "второй Венецией"[277], описывая исключительность его водного фасада. Из этого следует, что утрата любого из объектов водного фасада влечёт за собой разрушение облика города, нарушается целостность панорамы, снижается её значимость как узнаваемого символа, обедняется смысловой и символический ряд, формировавшийся столетиями. Не менее разрушительными являются неумелая реконструкция и появление новых, не интегрированных в историческую композицию объектов, которые несоизмеримы по масштабу объёмов и стилей. Такие вмешательства приводят к разрушению визуального восприятия города, превращая цельный силуэт в разрозненный набор не связанных между собой элементов. Сохранение ансамблевости водного фасада выступает, таким образом, не только задачей охраны наследия, но и условием сохранения культурной идентичности города, образ которого закреплён в коллективной памяти жителей и в восприятии прибывающих.

Схема (рис.9) визуализирует трехуровневую систему городских связей, в которых отражен сакральный, торгово-экономический и административно-общественный уровни. На сакральном уровне отражены маршруты паломничества и духовного притяжения, связывающие три монастырских комплекса (Богородицкий Житенный, Знаменский монастырь) с Воскресенским и Вознесенским соборами. Эти пути исторически формировали духовный каркас города, определяя ритм религиозной жизни.

Торгово-экономический уровень показывает логистические связи между производственной зоной (кожевенный завод, основанный в 1730 г.), торговой площадью (ныне Парк Свободы) и речным вокзалом. Данная ось «труд-отдых-торговля» отражает экономическую специализацию Осташкова как ремесленно-торгового центра и демонстрирует, как производственная логика интегрировалась в повседневные маршруты горожан.

---

[277] Галашевич А.А. Город Осташков // Галашевич А.А. Художественные памятники Селигерского края. –
М., 1983. -С.15-72.

Административно-общественный уровень - это связи с общественными зданиями и культурными учреждениями, формирующими гражданскую идентичность города. Функциональные доминанты и узлы активности формируют каркас исторической части городского пространства. Ключевыми элементами данной системы выступают вертикальные доминанты храмовых колоколен. Они служат визуальными ориентирами, которые организуют движение по полуострову. Водный фасад со стороны озера Селигер создает панораму, раскрывающую силуэт города прибывающим по воде. Евстафьевская улица функционирует как главная пешеходная артерия, которая связывает северную и южную части исторического центра. Рабочая улица является поддержкой оси «труд - отдых». Набережная, в свою очередь, обеспечивает визуальную и физическую связь города с озером Селигер, открывая панораму «водного фасада».

Логика исторического функционирования, которая прослеживается в градостроительном анализе и отражена в облике городского пространства, обусловлена взаимосвязью религиозных, административных, торговых и производственных функций. Три монастыря, расположенные на главной оси, прежде всего определяли духовную жизнь города и служили центрами притяжения паломников и посетителей. Торговая площадь аккумулировала экономическую активность, в то время как кожевенный завод обеспечивал производственную специализацию г. Осташков. Регулярная планировочная структура, обеспечила эффективную навигацию и логистическую связность всех функциональных зон.

Представленная схема (рис.9) отражает функциональную организацию исторического поселения, в которой транспортно-пешеходные потоки закономерно тяготеют к историческим доминантам, а объекты культурного наследия органично интегрированы в единую градостроительную систему, сформированную под влиянием географических, экономических, социально-культурных факторов в период с XVIII-XIX веков.

Проведенный градостроительный анализ г. Осташков Тверской области, который мы продемонстрировали в серии схем, позволил реконструировать многомерную пространственно-временную структуру исторического поселения и

выявить фундаментальные закономерности его формирования и функционирования. Город Осташков предстает как уникальный градостроительный феномен, с регулярной планировочной структурой, в котором сохранилась композиционная и функциональная целостность в течение двух с половиной веков.

Расположение города на полуострове озера Селигер предопределило компактную полицентрическую модель развития, где географические ограничения трансформировались в градостроительные преимущества. Мы видим высокую плотность и интенсивность использования территории. Исторический центр города богат объектами культурного наследия, которые образуют устойчивую иерархическую систему архитектурных доминант и формируют узнаваемый силуэт города. Город имеет особенно выразительный образ со стороны водной акватории. Крестообразная система осей в городе характерная для русского градостроительства XVIII века. Система осей не просто организует физическое пространство, но и содержит культурные смыслы, интегрирует производственные, торговые, административные и духовные функции в единый градостроительный ансамбль.

Разработанная серия из четырех взаимосвязанных схем (архитектурные доминанты, общественные пространства, дорожно-транспортная инфраструктура, оси и якорные точки, рисунки 5,6,7,8) и интегральная схема (рис.9) взаимосвязи якорных точек, пешеходных маршрутов и памятников архитектуры продемонстрировала эффективность системного подхода к анализу исторического города. Каждая схема раскрывает определенный срез градостроительной организации, но только их синтез позволяет увидеть город как целостный живой организм, где каждый элемент обретает смысл в контексте связей с другими элементами.

Выводы по §2.1.

Результаты, полученные в ходе анализа, выявляют существенный дисбаланс между наличием ценных архитектурных и планировочных структур и актуальным

использованием их как материальных носителей культурной идентичности. Объекты культурного наследия, хотя и находятся рядом с историческими доминантами и транспортным потокам, тем не менее не интегрированы полноценно в современные социальные практики жителей. Например, пешеходные маршруты, исторически связывавшие функциональные узлы в единую систему, утратили свою интенсивность и потеряли смысловую наполненность.

Проведённый градостроительный анализ исторического ядра г. Осташкова подтверждает, что пространственно-планировочная структура и система архитектурных доминант выступают не просто физическим каркасом территории, а задают смысловые координаты для последующего социологического исследования культурной идентичности.

Выявление и топографическая фиксация ключевых архитектурных доминант и якорных точек формирует основания для операционализации в социологическом исследовании понятия «культурная идентичность». Мы также можем трансформировать культурную идентичность в конкретные пространственные маркеры, вокруг которых конструируются смыслы исторических объектов, маршруты и символические привязки горожан.

Информация о пешеходной и транспортной доступности, расположении социальных объектов и функциональных узлов позволяет нам в социологическом исследовании оценить субъективное восприятие среды.

Таким образом, градостроительный анализ выступает необходимым пропедевтическим этапом эмпирического исследования, обеспечивая пространственную валидизацию социологических методик.

Наряду с созданием основы для проведения социологического исследования, данный анализ формирует подходы для выработки коммуникационно-управленческих стратегий, основанных на историческом анализе и ориентированных на восстановление наследия, актуализацию связи жителей с историко-архитектурной средой.

§2.2. Оценка культурной идентичности жителей малого города: результаты социологического опроса

Данный параграф посвящён анализу данных социологического опроса, проведённого в рамках диссертационного исследования, направленного на изучение культурной идентичности жителей малого исторического города и проверке гипотез исследования.

В качестве эмпирического объекта исследования выбраны совершеннолетние жители г. Осташков, административного центра Осташковского городского округа Тверской области[278]. Опрос направлен на выявление роли архитектурных объектов и градостроительного плана в формировании культурной идентичности индивида.

На основании проанализированных в гл.1 теорий, мы предполагаем, что материальная среда малого исторического города, представленная архитектурными объектами, выступает фактором, формирующим культурную идентичность жителя: чем выше степень символического распознавания наследия и пространственной доступности исторической среды, тем сильнее выражена осознанная культурная идентичность респондента.

Цель опроса проверить в ходе социологического исследования что культурная идентичность жителей малых исторических городов формируется через их восприятие памятников архитектуры и градостроительного плана; что существует взаимосвязь между значимостью архитектурных объектов и культурной идентичностью жителей.

Методология и методика проведения исследования

---

[278] По данным статистического бюллетеня Федеральной службы государственной статистики «Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2024 года» (https://www.rosstat.gov.ru/compendium/document/13282) в Осташковском городском округе Тверской области проживает 20 992 жителя, а в его административном центре - в городе Осташков - проживает 16 039 жителей, из них, по данным Центральной избирательной комиссии, по состоянию на 2024 год, в городе Осташков находится 10 Участковых избирательных комиссий (https://осташковский-округ.рф/tinybrowser/files/dokumenty/postanovleniya/2023/28/3/pril.docx), в которых зарегистрировано 13 127 человек. Таким образом, генеральной совокупностью данного исследования выступают совершеннолетние жители города Осташков. Объем изучаемой генеральной совокупности 13 тысяч человек.

Методология исследования идентичности раскрыта в Главе1 п.2. В исследовании мы выделяем фактическую идентичность - производная от факта рождения в городе; функциональную идентичность - определяется местом текущего проживания или работы и интегрированности индивида в среду (например, пешеходная или транспортная доступность); а также культурную идентичность – это осмысленное восприятия истории, архитектурных объектов и градостроительного плана.

Фактическая идентичность

Это уровень связи человека с городом, формируемый биографическими фактами, а также рутинным опытом, без обязательной глубокой эмоциональной или активной вовлеченности индивида в жизнь города.

Таблица 2 – Фактическая идентичность

Тип идентичности	**Вопрос**	**Краткое содержание вопроса / Индикатор**
Фактическая	26	Длительность проживания факт рождения в городе
	15.5	Межпоколенная преемственность
	15.4	Повседневная когнитивная освоенность
	22	Идентичность как факт биографии

Источник: составлено автором.

Функциональная идентичность

Под функциональной идентичностью мы понимаем уровень связи индивида с городом, основанный на восприятии его как ресурса, обеспечивающего повседневную жизнь, профессиональную занятость, а также мобильность индивида. Функциональная доступность исторических памятников и общественных пространств выступает медиатором восприятия города как хорошо знакомого места и закрепляет эмоциональную привязанность к нему.

Таблица 3 – Функциональная идентичность

Тип идентичности	**Вопрос**	**Краткое содержание вопроса / Индикатор**
Функциональная	5,6,7,8,9	Транспортная и пешеходная доступность, наличие зон отдыха.
	10	Отсутствие барьеров для использования городского пространства
	11	Воспринимаемая основная функция/роль города
	15.6	Наличие возможностей для работы и развития
	20	Удовлетворенность состоянием городской инфраструктуры
	22 (1)	Идентичность через факт проживания и работы

Источник: составлено автором.

Культурная идентичность

Под культурной идентичностью жителя малого исторического города мы понимаем осознанную и эмоциональную связь с городом, при котором его историческое наследие, архитектурные объекты становятся частью самоидентификации индивида и системы его/ее ценностей. Используя теоретико-методологические тезисы, изложенные в гл.1 п.2. мы предполагаем, что культурная идентичность не возникает спонтанно, а для нее нужны материальные объекты. Если респондент не может назвать ни одного символа (В.1) или ставит низкие баллы ассоциациям с памятниками (В.2), его культурная идентичность будет слабой, уступая место фактической или функциональной. Мы изучаем корреляцию между количеством архитектурных объектов, которые респондент способен самостоятельно идентифицировать как «символы города» (В.1), и силой его культурной идентичности, измеряемой через чувство уникальности места (В.15.1, В.15.2).

Таблица 4 – Культурная идентичность

Тип идентичности	**Вопрос**	**Краткое содержание вопроса / Индикатор**
Культурная	1,2,3,4	Ассоциации с архитектурными символами и общественными пространствами
	12	Выбор символического нарратива о городе (история, традиции)
	13	Эмоциональный отклик на мысли о городе (гордость, ностальгия)
	15.1, 15.2,15.9	Осознание уникальности, особого стиля и ценности архитектуры
	15.7,15.8	Эмоциональная вовлеченность в проблемы сохранения города/наследия
	22 (2)	Идентичность через осознанную связь с историей и зданиями

Источник: составлено автором.

В анкете также использованы вопросы, которые не имеют непосредственное отношение к культурной идентичности, но направлены на изучение коммуникационно-управленческих аспектов воздействия на целевую аудиторию и которые могу быть объединены в следующие три группы:

1. Социально-демографический паспорт. Вопросы (В.23 (Пол), В.24 (Возраст), В.25 (Занятость/социальный статус)), позволяющие нам провести кросс-табуляционный анализ. Например, выявить взаимосвязь между типом идентичности и возрастом.

2. Поведенческий компонент (В.18 («Что должны сделать жители?»), В.19 («От кого зависят изменения?»), В.21 («Участвуете ли Вы в городских мероприятиях?»). Эти вопросы измеряют готовность действовать и позволяют нам прогнозировать вероятность участия различных групп населения в коммуникационных кампаниях, направленных на сохранение архитектурного наследия в малых исторических городах.

3. Коммуникативные практики и предпочтения (В.14 («Какие средства использовать властям для связи?»), В.16 («Каким каналом коммуникации пользуетесь?»). Полученная в ходе исследования информация позволит выделять предпочтительные каналы коммуникации для последующих информационных кампаний.

Для сбора данных был использован метод очных интервью с использованием структурированного, формализованного инструментария, разработанного и представленного автором в Приложении 1 к диссертационному исследованию. Данный метод дает возможность получить статистически надежные численные характеристики по вопросам исследования. Методика опроса опирается на выборочный метод, что позволяет получить достоверные количественные оценки изучаемых показателей, характеризующих всю генеральную совокупность - всех совершеннолетних жителей города. Анкетный опрос проведен в форме интервью по месту проживания респондентов по формализованной анкете[279].

[279] Расчетный объем выборки составляет не менее 400 респондентов, что позволяет с вероятностью 95 % получить числовые оценки, характеризующих всю генеральную совокупность, с вероятностной ошибкой не превышающей ± 5,0 %. Отбор респондентов произведен по многоступенчатой, районированной, маршрутной схеме. На первой ступени отбора для каждого из 10 городских участковых избирательных комиссий определялось необходимое число респондентов, пропорциональное числу избирателей (совершеннолетних жителей), зарегистрированных на участке. Таким образом на участках отбиралось от 24 до 54 респондентов. Далее на каждом участке из всех расположенных на его территории улиц

На последнем этапе отбора респондент в квартире отбирался в соответствии половозрастными квотами, рассчитанными для городского населения Тверской области по данным статистического бюллетеня Федеральной службы государственной статистики «Численность населения Российской Федерации по полу и возрасту на 1 января 2024 года»[280]

Используемые квоты приведены в таблице 4.

Указанный способ построения выборки в целом и использование квот позволило получить выборку, репрезентирующею совершеннолетнее население города по полу и возрасту.

Анкета, приведена в Приложении № 2 и включает в себя 26 вопросов, сгруппированных по смысловым блокам.

Опрос проводился в период с 9 по 15 марта 2026 года. Всего прошли опрос и ответили на все вопросы анкеты 409 респондентов[281].

Таблица 5 - Используемая половозрастная квота, в %

Пол / **Возраст**	**мужской**	**женский**
От 18 до 24 лет	4,2	3,8
От 25 до 34 лет	7,2	7,2
От 35 до 44 лет	9,8	10,4
От 44 до 54 лет	7,7	9,0
От 55 лет и старше	14,2	26,4
ВСЕГО:	43,1	56,9

Источник: составлено автором.

отбиралась первая по алфавиту улица и расположенный на ней дом с наименьшим порядковым номером.

В многоквартирном секторе города в указанном доме отбор квартир для опроса, начинался с 5 квартиры. В случае состоявшегося в квартире интервью пропускалось 10 квартир, и опрос продолжался в одиннадцатой, а если интервью не состоялось, то опрос продолжался в следующей по номеру квартире. При этом следующий по номеру дом рассматривался как продолжение предыдущего: если в ходе перемещения по маршруту квартиры в доме заканчивались - опрос продолжался в следующем доме. В частном секторе опрос совершался в каждом доме.

[280] URL:https://www.rosstat.gov.ru/compendium/document/13284 (дата обращения 02.03.2026)

[281] К проведению опроса привлечено 4 интервьюера, прошедших предварительное обучение и имеющих опыт проведения анкетных опросов.

Социально-демографический профиль респондентов

Использование половозрастных квот на этапе отбора участников опроса позволило с точностью до указанной погрешности репрезентировать совершеннолетних жителей города. Так доля мужчин и женщин среди опрошенных составляет 43,5 % и 56,5 % соответственно, что соответствует данным Федеральной службы государственной статистики для городского населения Тверской области (43,1 % и 56,9 %).

Возрастной состав участников исследования соответствует структуре населения города: различия между возрастными характеристиками опрошенных и жителей города во всех возрастных категориях не превышает ошибку выборки. Так, например, доля респондентов старшего поколения (старше 55 лет) составляет 39,1 %, а среди городского населения Тверской области их 40,5 %. В остальных возрастных категориях ситуация аналогичная.

Среди участников опроса по типу социального статуса (типу занятости) преобладают «работающие по договору, контракту в найме» - 28,4 % и «неработающие пенсионеры» - 23,7 %. На третьем месте по распространённости находятся «временно не работающие, безработные -17,8 %. Остальные категории жителей представлены в опросе менее 10 % опрошенных, что сопоставимо с данными других исследований (например, данные опроса, проведенного ВЦИОМ[282] и опубликованного 27.03.2023.

Структура опрошенных по времени проживания в г. Осташков охватывает все возможные категории жителей: три четверти респондентов проживают в городе с рождения (37,9 %) или более 10 лет (36,7 %), от 3 до 10 лет проживают в городе 15,6 % и менее 3 лет - 9,8 %.

Таким образом, способ формирования выборочной совокупности и полученная социально-демографическая структура респондентов позволяет считать, что результаты исследования репрезентируют совершеннолетнее населения города Осташков по полу и возрасту и с вероятностью 95 %; случайная

---

282 URL:https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/mistika-gde-to-rjadom (дата обращения 02.03.2026)

погрешность, обусловленная выборочным характером исследования, не превышает ± 5,0 %.

Анализ данных

Для определения уровня идентичности в ходе исследования задавались три вопроса, содержащие в себе индикаторы фактической, функциональной идентичности и культурной идентичности. Совместный анализ ответов на эти вопросы позволил разделить жителей на группы по уровню идентичности и проверить гипотезу исследования о том, что идентичность жителей малых исторических городов России формируется через их восприятие архитектурных памятников и объектов.

Прямой вопрос предлагал указать какой из рассматриваемых уровней идентичности в наибольшей степени соответствует жителю города по его самоощущению. **Фактическому уровню идентичности** соответствует утверждение «Я – осташковец, но это просто факт биографии, не более», функциональному уровню – «Я – осташковец, потому что здесь живу и работаю», через культурную идентичность – «Я – осташковец, потому что чувствую связь с историей города». На следующем рисунке представлено распределение ответов на этот вопрос.



Рис. 11 Распределение ответов на прямой вопрос об ощущаемом уровне идентичности, (в %)

Источник: составлено автором.

Согласно данным опроса, представленным на рисунке 11, самой распространенной среди жителей является фактическая идентификация. Её отметила половина горожан (49,4 %). Чуть больше четверти (27,1 %) указали на идентичность, осознанную через культурное наследие, и отметили, что чувствуют связь с историей города и 23,5 респондентов отметили функциональную идентичностью.

При этом, как показано на рис. 12 идентичность коррелирует с возрастом жителей. Идентичность через культурное наследие среди молодежи отмечают 22,2 %, тогда как среди старшей возрастной группы таких жителей уже 31,3 %.

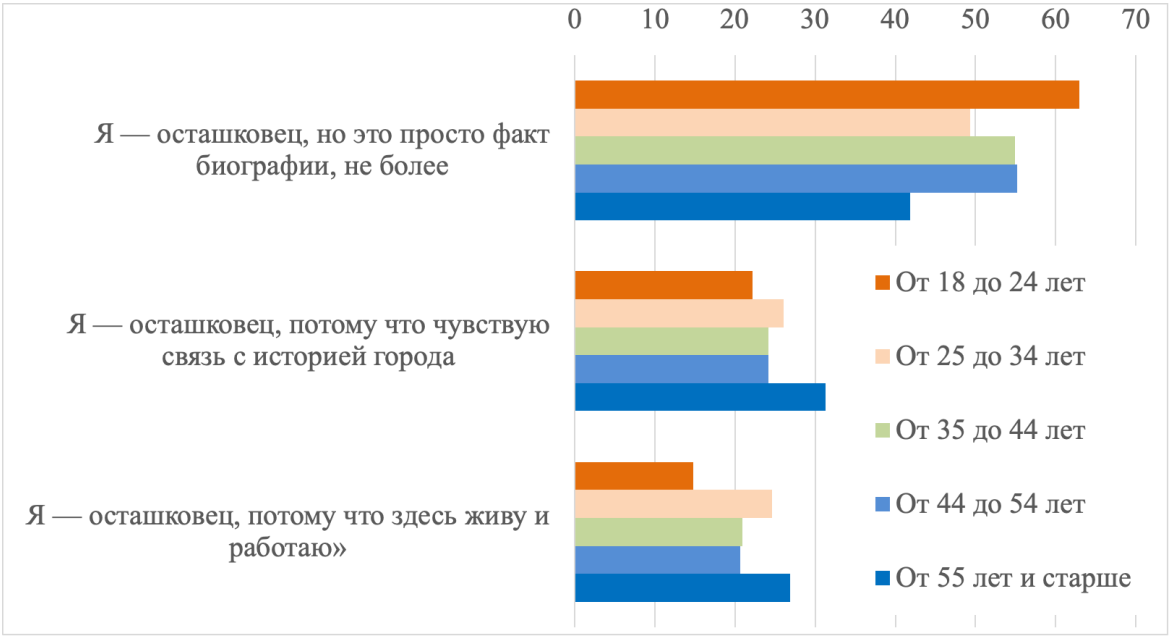


Рис. 12 Распределение ответов разных возрастных групп на прямой вопрос об ощущаемом уровне идентичности, (в %)
Источник: составлено автором.

Восприятие города как среды обитания, обеспечивающего базовые потребности и возможности мы исследуем в вопросе, раскрывающем **функциональную идентичность**. Распределение ответов на следующий вопрос: «Какая одна функция, на Ваш взгляд, определяет основной характер города Осташков сегодня» (В.11) представлено на рис. 13.



Рис. 13 Функция, определяющая основной характер г. Осташков сегодня (в %)
Источник: составлено автором.

Как видно из данных рис. 13, только около четверти жителей (26,7 %) отметили, что город в первую очередь является городом-музеем, при том, что среди молодежи эту функцию города указало значительно меньшая доля - всего 11,1 % (рис. 15). Среди молодежи наиболее распространенными являются ответы, указывающие, что сегодня город имеет смешанную / переходную идентичность (33,3 %) и является спокойным провинциальным городом для жизни (25,9 %).

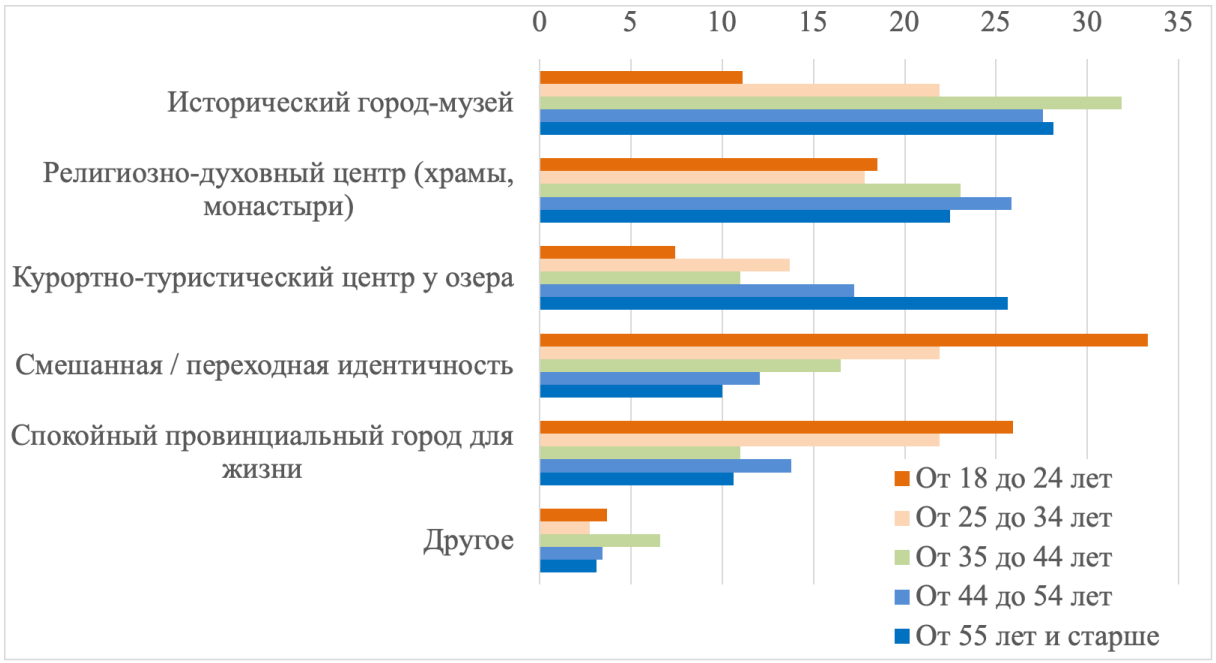


Рис. 14 Функция, определяющая основной характер г. Осташков сегодня, у разных возрастных групп горожан (в %)
Источник: составлено автором.

Еще одним показателем функциональной идентичности является оценка комфортности или неуютности основных элементов городского пространства.

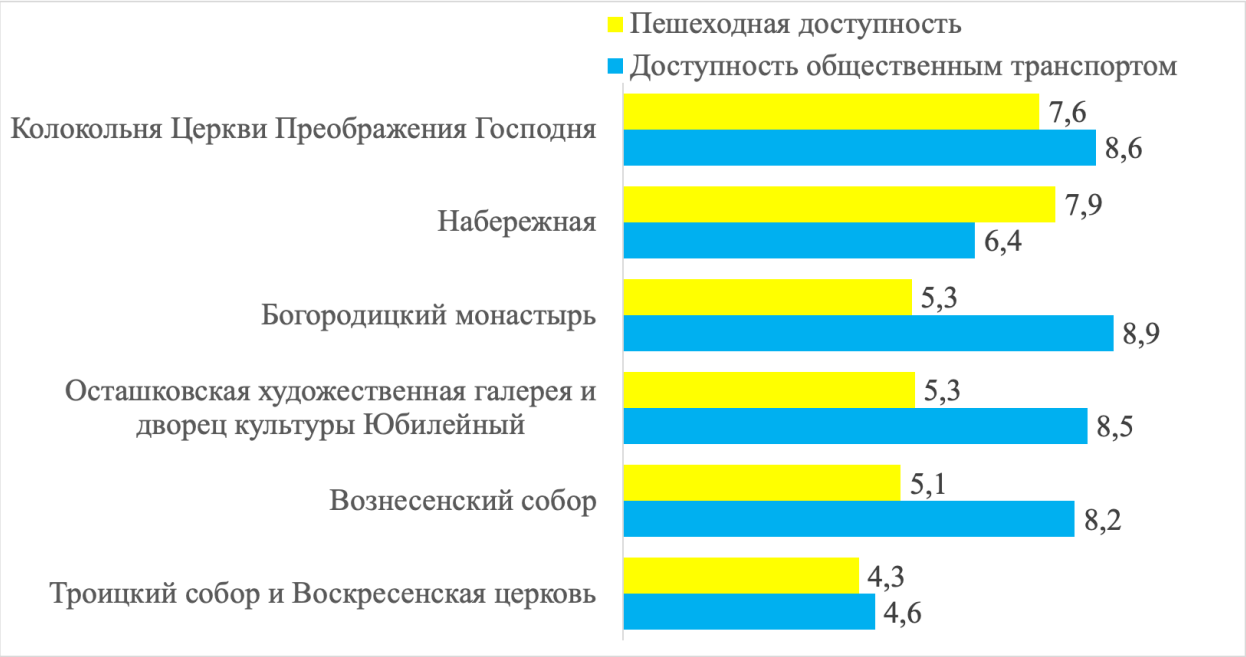


Рис. 15 Оценка степени пешеходной доступности и доступности общественным транспортом основных элементов городского пространства в баллах (1 - «нет доступности», 10 - «высокая доступность»), (в баллах).
Источник: составлено автором.

По данным исследования, жители оценивают доступность рассматриваемых элементов городского пространства неодинаково. Наибольшая пешеходная доступность, по мнению горожан, у «колокольни Церкви Преображения Господня» и у городской «набережной». При этом, по мнению жителей города, три объекта имеют высокую доступность общественным транспортом, но пешеходная доступность у них низкая — это «Богородицкий монастырь», «Осташковская художественная галерея и дворец культуры «Юбилейный»» и «Вознесенский собор». При этом, «Троицкий собор и Воскресенская церковь» имеют самую низкую как пешеходную, так и доступность общественным транспортом.

Причиной низкой пешеходной и транспортной доступностью в городе является с одной стороны недостаточность остановок общественного транспорта, с другой - неудовлетворенность состоянием транспортных маршрутов. Данные об оценках горожан приведены на следующем рисунке.

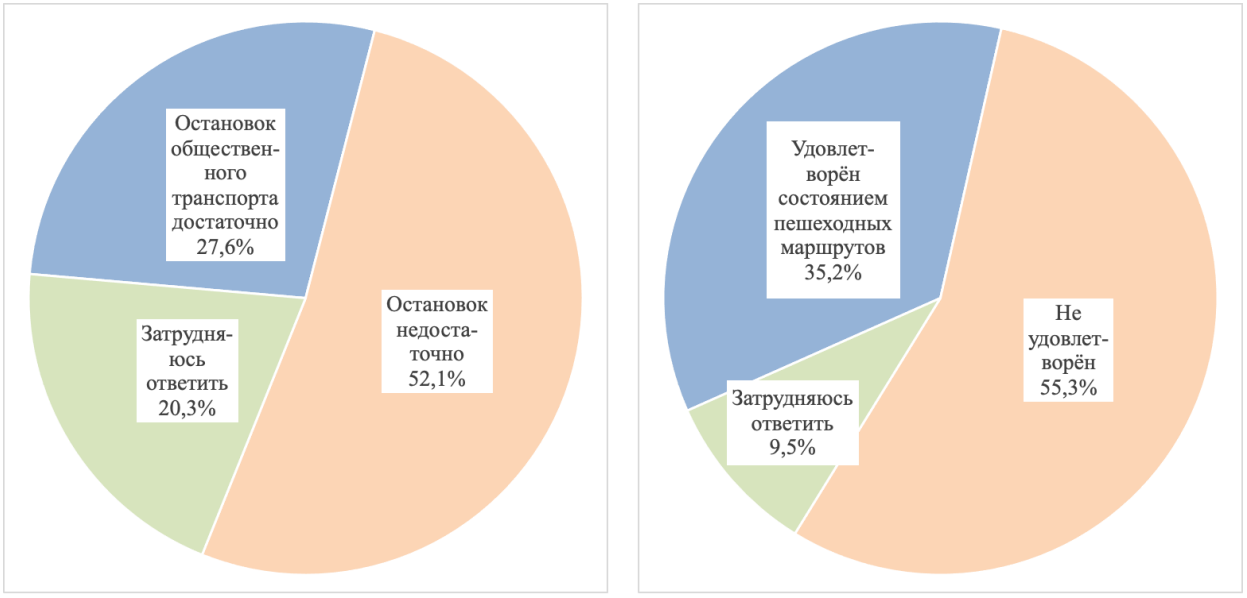


Рис. 16 Общая оценка достаточности транспортной инфраструктуры и удовлетворенность пешеходными маршрутами в городе, (в %)

Источник: составлено автором.

Как показано на рис.16, половина горожан (52,1 %) недовольна числом остановок общественного транспорта в городе и считает, что в настоящий момент их недостаточно. Примерно столько же жителей города (55,3 %) отмечают, что они неудовлетворены состоянием пешеходных маршрутов в городе.

Функциональный уровень можно также оценить через воспринимаемое разнообразие территорий или гомогенность территории: учитываются наиболее востребованные функции места, разнообразие функций, степень свободы человека в городе, пересекающиеся в одной локации функции, значимость их относительно друг друга, характеристики и элементы мест, пригодных для тех или иных практик.

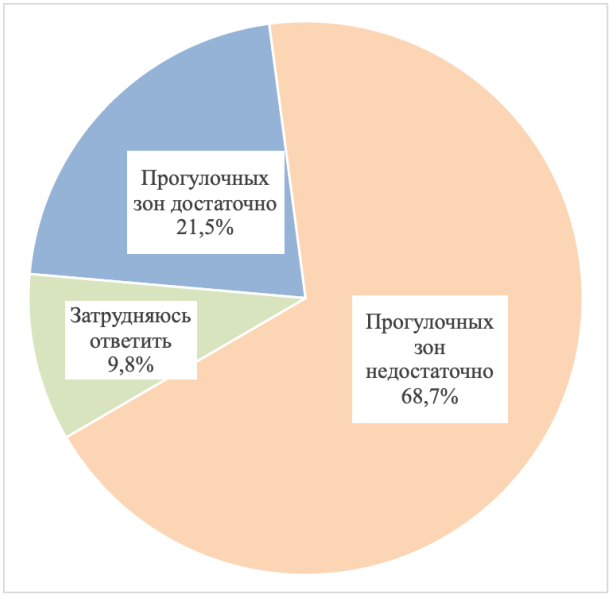


Рис.17 Общая оценка достаточности прогулочных зон в городе, (в %)
Источник: составлено автором.

Как показано на рис.17, две трети жителей (68,7 %) города отмечают, что им недостаточно прогулочных зон. Учитывая, что половина жителей говорит о недостаточности транспортной инфраструктуры и неудовлетворенность пешеходными маршрутами в городе (рис. 16) можно говорить об ограниченной доступности значимых культурных объектов в городе.

Кроме указанных ограничений, связанных с удобством передвижения по городу, исследование показало (рис.18), что в качестве ограничений, мешающих использовать городское пространство, более половины жителей указали отсутствие необходимой инфраструктуры (скамейки, освещение, туалеты) (59,4 %) и физические барьеры (ограждения, закрытые территории, платные входы) (52,1 %). При этом, среди молодежи доля тех, кто указал, что физические барьеры ограничивают и мешают использовать городское пространство в полтора раза больше, чем среди жителей других возрастных групп (74,1 %) (рис. 19). На третьем месте среди факторов, ограничивающих и мешающих использовать городское пространство жители (32,5 % жителей в целом и 63,0 % среди молодежи) назвали запрет на определённые активности (шум, спорт, торговля и т.п.).



Рис. 18 Ограничения, мешающие использовать городское пространство по своему усмотрению, (в %)
Источник: составлено автором.

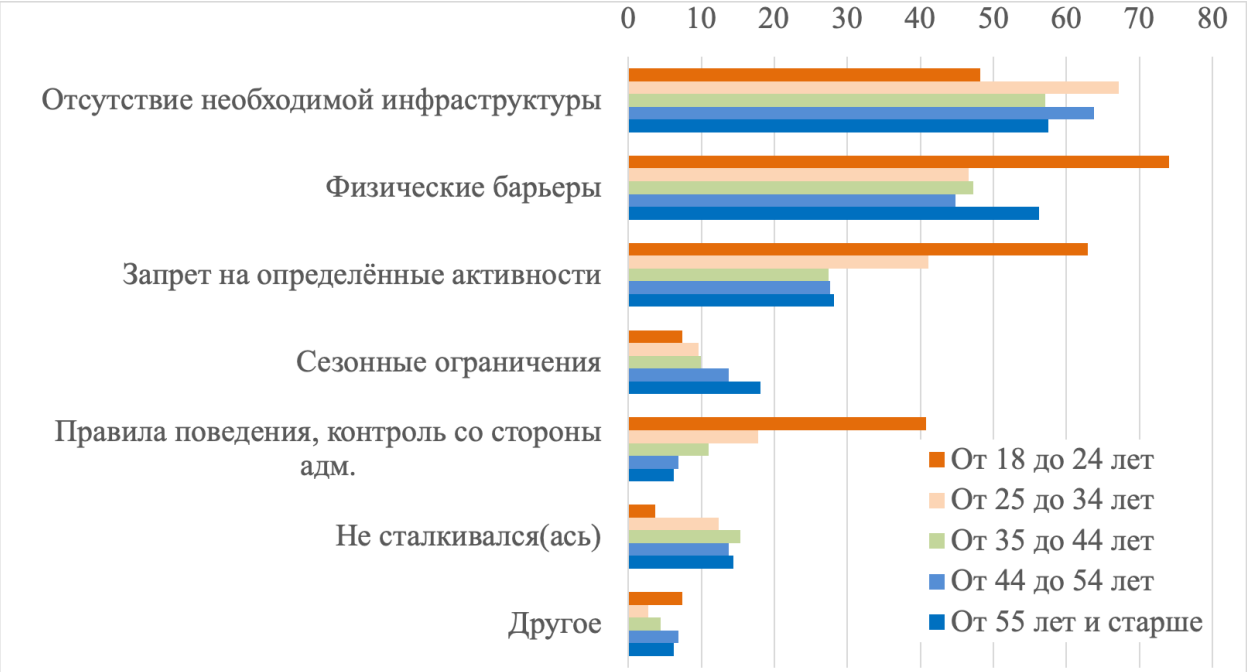


Рис.19 Ограничения, мешающие использовать городское пространство по своему усмотрению, у разных возрастных групп горожан (в %)
Источник: составлено автором.

По нашему мнению, недостаточно высокая оценка функциональности города Осташков влияет на культурную идентичность, не позволяя индивидам наслаждаться видами архитектурных объектов и прилегающих территорий.

Теперь перейдем непосредственно к результатам исследования, оценивающим **культурную идентичность** жителей г. Осташков. В первом вопросе анкеты респондентов просили назвать несколько архитектурных объектов в г. Осташков, которые считаются «символами города».

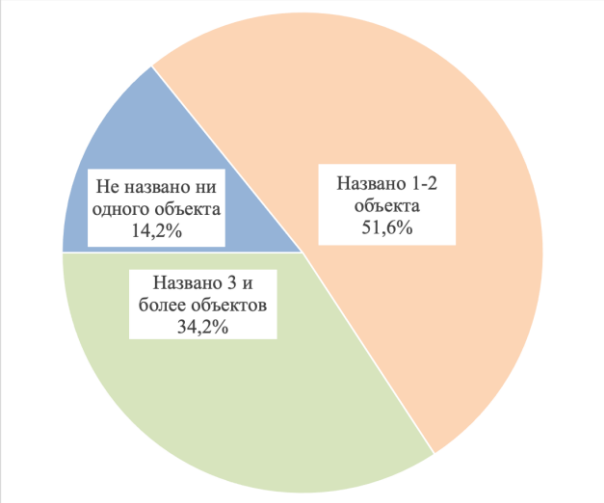


Рис.20 Количество спонтанно названных архитектурных объектов в г. Осташков, которые являются «символами города», (в %)
Источник: составлено автором.

Как видно из представленных на рис.20, половина жителей (51,6 %) назвали 1 или 2 архитектурных объекта и треть (34, 2 %) назвали 3 и более *«символов города»*. В тоже время 14,2 % жителей не назвали ни одного архитектурного объекта в качестве «символа города». Таким образом, можно сделать вывод о том, что спонтанное узнавание и символическое значение архитектурных объектов у жителей города различается, как и различается эмоциональное восприятие горожанами состояния памятников архитектуры и внешнего облика города (рис. 21).



Рис. 21 Значимость архитектурных памятников в восприятии жителей г. Осташков, представленная посредством степени согласия с высказываниями (1 - «полностью не согласен» с высказыванием, 10 - «полностью согласен») (в баллах).
Источник: составлено автором.

Индикатором эмоционального отношения жителей к старой застройке, памятникам архитектуры является степень согласия жителей с высказыванием «Я огорчён состоянием памятников архитектуры и внешним облика города». В целом, историческое наследие очень значимо для жителей, и значительно различается в разных возрастных группах - от 5,1 балла (средняя степень согласия) у молодёжи (18 - 25 лет) до 8,4 баллов (очень высокая степень согласия) в группе старше 55 лет.

Так же на рис. 21 показано наличие в восприятии горожан когнитивной связи между архитектурой города и ощущением уникальности города: жители продемонстрировали высокое согласие с высказыванием «Архитектура г. Осташков — это главное, что отличает наш город от других». Указанная связь различается в разных возрастных группах - от 4,9 баллов (средняя степень согласия) у молодёжи (18 - 25 лет) до 8,0 баллов (очень высокая степень согласия) в группе старше 55 лет.

Таким образом, опрос выявил что у горожан с одной стороны присутствует идентичность с городом в том числе идентичность, осознанная через культурное наследие, с другой стороны данные исследования показало, что жители г. Осташков демонстрируют различный уровень значимости архитектурных памятников в их восприятии города. Совокупность полученных данных позволит проверить гипотезу исследования о том, что идентичность жителей малых

исторических городов России формируется через их восприятие архитектурных памятников и объектов.

Индекс значимости архитектурных памятников и объектов был разработан для оценки того, насколько важную роль играют материальные объекты культурного наследия в восприятии жителей. Он рассчитывался на основе ответов на три ключевые блока.

Количество спонтанно названных «символов города»: Респондентов просили самостоятельно перечислить архитектурные объекты, которые они считают визитной карточкой г. Осташков. Также оценивалась эмоциональная вовлеченность (уровень огорчения) через оценку состояния культурного наследия: Степень согласия с утверждением: «Я огорчен состоянием памятников архитектуры и внешним обликом города». Воспринимаемая уникальность города через архитектуру: Степень согласия с утверждением: «Архитектура г. Осташков — это главное, что отличает наш город от других». На основе суммарного значения этих показателей жители были разделены на три группы: с низкой, средней и высокой значимостью архитектуры.

Вопрос «Какой город Осташков для вас?» является одним из ключевых вопросов анкеты, заставляя респондента выбрать доминирующий нарратив, через который он осмысляет город. Вопрос заставляет респондента расставить иерархию ценностей, выбрать одну базовую, доминирующую установку, раскрывает культурную идентичность, через эмоциональное отношение к месту проживания. У большинства респондентов амбивалентное отношение к городу, где, с одной стороны, красивая история, архитектура, а с другой -неоднозначное отношение к повседневной реальности (например, плохая транспортная доступность).

Распределение ответов на третий вопрос, направленный на определение уровня идентичности: «Какой город Осташков для вас?» показало (рис. 22), что менее пятой части населения города считает Осташков старинным городом с богатой историей и традициями, а самыми распространенными представлениями о городе является: Осташков город противоречий (26,2 %) и Осташков - провинциальный город, который борется за выживание (23,0 %).



Рис.22 Восприятие г. Осташков его жителями, (в %)
Источник: составлено автором.

Проведенный опрос продемонстрировал явную возрастную дифференциацию. Так, жители старшего возраста (44-54 года и 55+) чаще ассоциируют город с богатой историей и традициями, а также воспринимают его как родину, тогда как молодежь (18-24 года) склонна видеть в городе противоречивое пространство или типичный провинциальный город, борющийся за выживание. Это свидетельствует о том, что культурно-историческая идентичность усиливается с возрастом, а молодое поколение испытывает трудности с формированием целостного позитивного образа города.

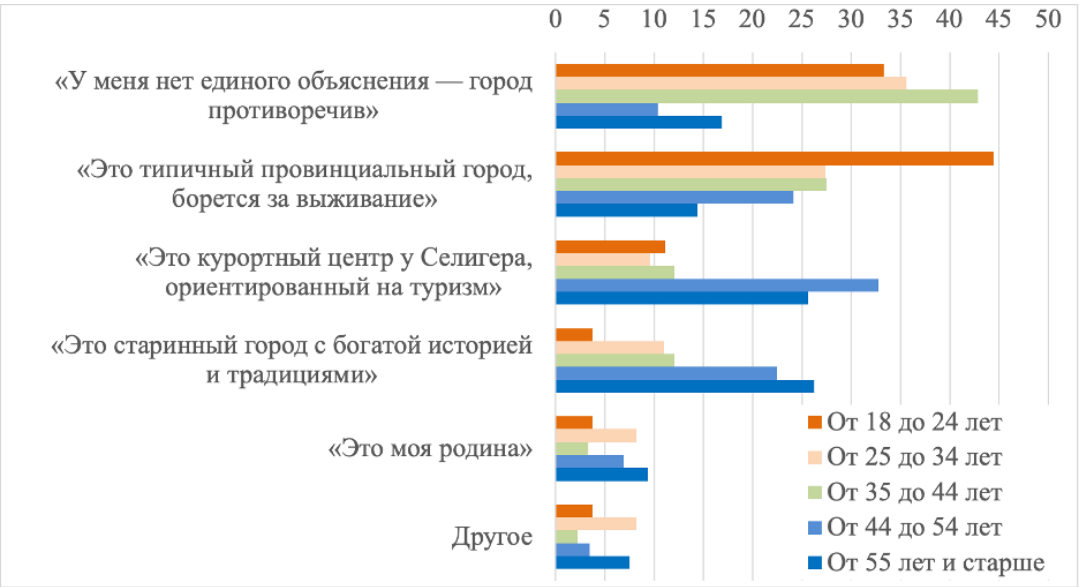


Рис.23 Восприятие г. Осташков в разных возрастных группах жителей, (в %)
Источник: составлено автором.

Одним из показателей культурной идентичности является наличие высокой степени ассоциации ключевых мест города (запоминаемости) с городом в целом.

В качестве ключевых мест города в исследовании рассматривались три типа объектов: памятники архитектуры, общественные пространства и иные постройки, не входящие в первые категории.

В наибольшей степени (рис.24.) среди рассматриваемых объектов у жителей с городом Осташков ассоциируются памятники архитектуры «Троицкий собор и Воскресенская церковь» и «Богородицкий монастырь». Практически такая же высокая степень ассоциации с городом у общественного пространства «Парк Свободы». На третье и четвертое месте по степени ассоциации с городом жители поставили «Евстафьевскую улицу» и «Вознесенский собор».

Как следует из представленных на рис. 24 данных, следующие объекты не ассоциируются у жителей с городом: «Кожевенный завод», «Районный дом культуры», «Выставочный центр», «Рабочая улица», «Сквер перед кинотеатром», «Дом архитектора Суравкова».

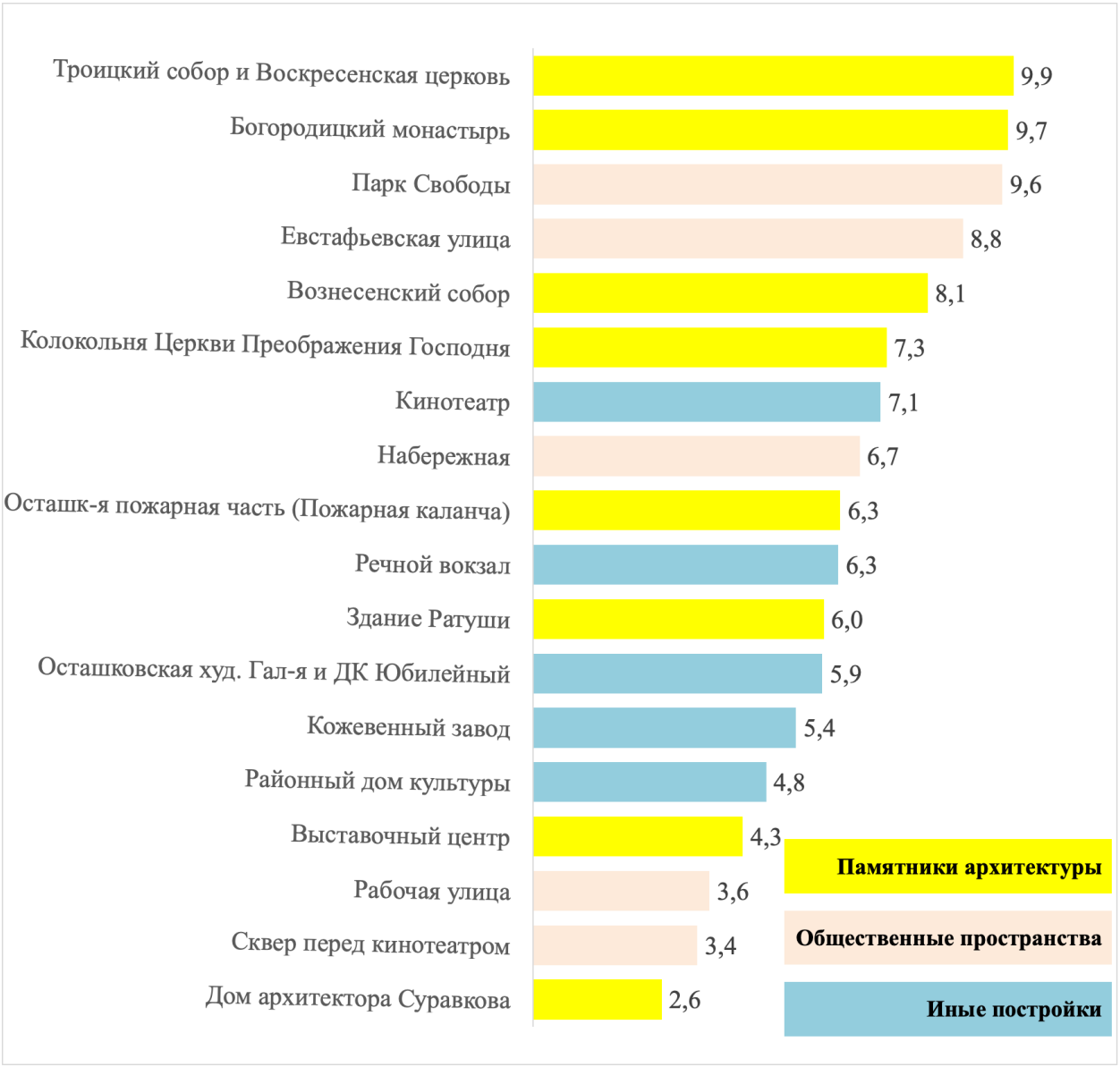


Рис.24 Степень ассоциации рассматриваемых объектов г. Осташков в баллах (1 - не ассоциируется, 10 - ассоциируется больше всего), (в баллах)
Источник: составлено автором.

Данные ответов об отношении к архитектурному наследию города и перспективах его восстановления носят противоречивый характер. При высоком признании его особого архитектурного стиля (6,7), жители демонстрируют слабую веру в уникальность места (5,1). Высокий балл огорчения от упадка города (7,2) свидетельствует о глубокой эмоциональной вовлеченности в проблемы сохранения наследия.



Рис.25 Представление жителей о городе, представленное посредством степени согласия с высказываниями (где 1 «полностью не согласен» с высказыванием, 10 «полностью согласен») (в баллах).
Источник: составлено автором.

В исследование был включен ряд вопросов с целью последующей разработки и проведения **коммуникационной кампании**, направленной на сохранение идентичности малых исторических городов. Для этого мы оцениваем активность горожан в поиске информации о жизни города и его сообществ, о планах развития города, рассматриваем источники сведений о городе, каналы самостоятельного размещения информации, освоение и использование потоков информации горожанами.

Поиск информации, а также каналы ее трансляции задают формат для последующей коммуникационной кампании. Как показано на рис. 26, три четверти жителей (73,1 %) считают наиболее предпочтительным каналом взаимодействия жителей с городскими властями социальные сети, отмечая, что чаще всего используется социальная сеть ВКонтакте. Так же более половины отметили, готовность взаимодействовать с городскими властями посредством участия в городских мероприятиях (57,2 % среди жителей в целом и 83,1 % среди жителей старше 55 лет) и печатных изданий (51,8 %).



Рис. 26 Структура предпочтительных каналов информационного взаимодействия жителей с городскими властями (в %)
Источник: составлено автором.

Город предстает как сообщество, в котором его жители проявляют социальную активность в рамках территориальных образований, участвуют в городских событиях, ищут пути влияния на жизнь города и его имидж, проявляют интерес к актуальным событиям. Отражением их эмоционального отношения к городу является их оценка историко-культурного наследия г. Осташков. На рис. 27 представлены оценки жителей города относительно того, какие именно памятники архитектуры требуют реставрации в первую очередь, где 1 - совсем не нужна реставрация, 10 - срочно нужна реставрация. Как видно из данных опроса, в первую очередь жители отметили необходимость реставрации Дома архитектора Суравкова, Троицкого собора и Воскресенской церкви.



Рис. 27 Оценка важности и срочности осуществления реставрационных работ в отношении городских памятников архитектуры, где 1 - совсем не нужна реставрация, 10 - срочно нужна реставрация (в баллах)
Источник: составлено автором.

Горожане отмечают, что в настоящее время они в большей степени (рис. 28) довольны состоянием культурных учреждений (музеи, выставочные центры) и местами для отдыха (парки, скверы, пешеходные улицы), чем состоянием культовых сооружений (храмов и т.д.).

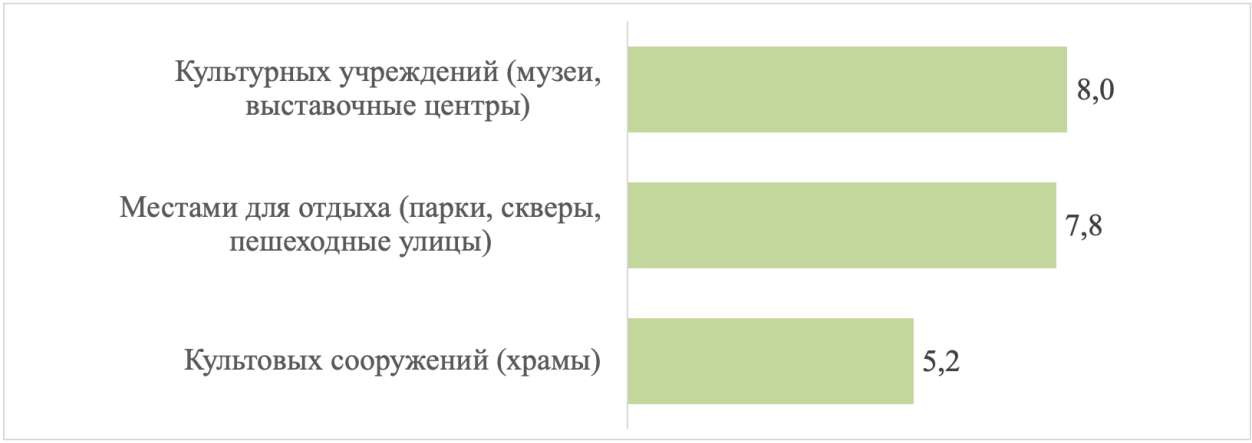


Рис.28 Степень удовлетворенности горожан состоянием городской инфраструктуры, где 1 - «совершенно недоволен» состоянием, 10 - «полностью доволен» состоянием, (в баллах)
Источник: составлено автором.

Как показано на рис. 29, 30, 31 горожане считают, что облагородить, отреставрировать исторические памятники в городе и осуществлять дальнейшее развитие городской территории должны городские власти за счет финансирования из регионального и, в большей степени, из федерального бюджета. А от самих жителей в этом аспекте практически ничего не зависит, хотя половина из них (47,9 %) готовы принимать участие в городских мероприятиях.

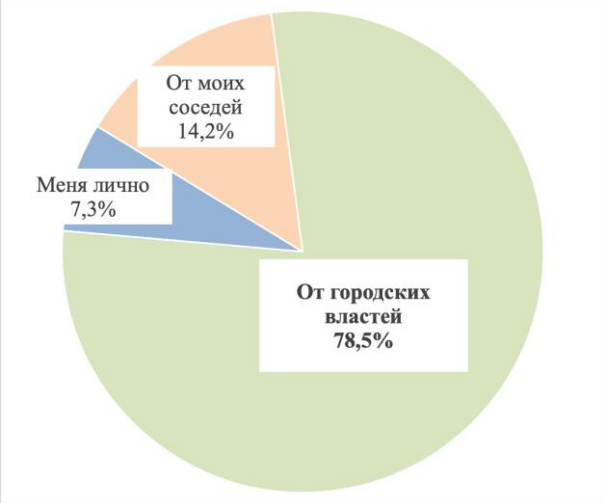


Рис. 29 Представление о том, от кого в большей степени зависят изменения в городе по сохранению памятников и развитию территории, (в %)
Источник: составлено автором.

Как показывают результаты опроса (рис. 29) большинство жителей (78,5 %) уверены, что сохранение памятников и развитие территории зависит от городских властей.



Рис.30 Участие горожан в городских мероприятиях, (в %)
Источник: составлено автором.

Половина жителей города (47,9 %) участвуют в городских мероприятиях (рис. 30) и считают важным призывать власти выделять деньги на развитие города из федерального и регионального бюджета (рис. 31).

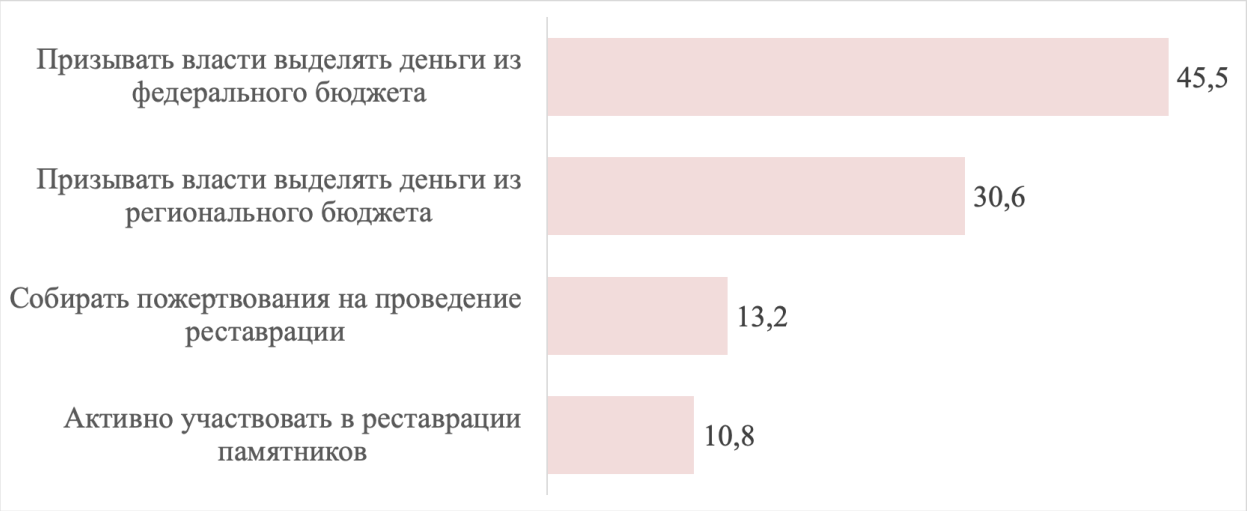


Рис.31. Представление жителей о том, что должны делать сами жители для осуществления позитивных изменений в городе, (в %)
Источник: составлено автором.

Таким образом, исследование показало, что часть жителей демонстрирует озабоченность состоянием архитектурных памятников в городе.

Проверка гипотезы и анализ результатов. При разработке инструментария исследования мы предполагали проверить гипотезу о том, что культурная идентичность жителей малых исторических городов формируется через их восприятие памятников архитектуры и градостроительного плана; что существует взаимосвязь между значимостью архитектурных объектов и культурной идентичностью жителей.

Для проверки гипотез использовались методы совместного и корреляционного анализа в программе SPSS.

Гипотеза предполагает, что для ее проверки необходимо как определить степень идентичности жителей с городом, так и оценить влияние на идентичность горожан значимость архитектурных памятников и объектов в восприятии горожан.

Оценка значимости архитектурных памятников и объектов в восприятии горожан осуществлена на основе ответов на три вопроса, а именно, В.1

(Количество спонтанно названных архитектурных объектов в г. Осташков, которые являются «символами города») и В.15.8 и В. 15.9 (Значимость архитектурных памятников в восприятии жителей г. Осташков), представленная посредством степени согласия с двумя высказываниями. Совместный анализ ответов на эти три вопроса дал возможность построить ***Индекс значимости архитектурных памятников и объектов для горожан***.

В. 15.8. «Я огорчен состоянием памятников архитектуры и внешним облика города»
В.15.9. «Архитектура г. Осташков (купеческие дома, храмы, набережная) — это главное, что отличает наш город от других малых городов России»

Изначально открытый вопрос

В.1. Назовите несколько архитектурных объектов в **г. Осташков**, которые вы считаете «символами города»

При обработке ответы представлены интервальной шкалой: «Не названо ни одного объекта», «Названо 1-2 объекта», «Названо 3 и более объектов».

В.1. Назовите несколько архитектурных объектов в **г. Осташков**, которые вы считаете «символами города» *(открытый вопрос)*

	%, один ответ
Не названо ни одного объекта	14,2
Названо 1-2 объекта	51,6
Названо 3 и более объектов	34,2

Два вопроса с измерением по интервальной шкале (от 1 до 10):

В.15. **Оцените по 10 балльной шкале согласие со следующими утверждениями, где 1 – полностью не согласен с высказыванием, 10 – полностью согласен.**

	Утверждения	**Балл, от 1 до 10**
B.15.8.	«Я огорчен состоянием памятников архитектуры и внешним облика города»	7,8
B.15.9.	«Архитектура г. Осташков (купеческие дома, храмы, набережная) — это главное, что отличает наш город от других малых городов России»	7,5

Для построения индекса, учитывающего вклад каждого показателя с порядковой шкалой из трех категорий для первого произведена нормировка для приведения его к соразмерной шкале с остальными вопросами.

Исходный ответ	Приведенный балл
Не названо ни одного объекта	1
Названо 1-2 объекта	5
Названо 3 и более объектов	10

Далее для итогового индекса значимости архитектурных памятников и объектов в восприятии горожан суммируем баллы ответов на все три указанных вопроса (шкала Лайкерта) и получаем шкалу с возможными ответами от 3 до 30 (в реальности ответы от 5 до 30). Для проверки гипотезы все полученные баллы разделены на три, примерно равные группы.

Значимость архитектурных памятников	**Объем группы, в %**
Низкая значимость архитектурных памятников	33,5
Средняя значимость архитектурных памятников	33,0
Высокая значимость архитектурных памятников	33,5

Для проверки гипотезы (а не границы или объема групп) важно, что у представителей 1 группы значимость архитектурных памятников ниже, чем у представителей 2 и 3, а среди 3 группы – она самая высокая.

На основе значения *Индекса значимости архитектурных памятников и объектов* осуществлено разделение всех жителей на три примерно равные группы: Группа 1 - жители с низкой значимости архитектурных памятников и объектов, Группа 2 - жители со средней значимостью и Группа 3 - жители с высокой значимости архитектурных памятников и объектов.

Для оценки уровня осознанной культурной идентичности жителям задавались три описанных ранее вопроса (В.22 Распределение ответов на прямой вопрос об ощущаемом уровне идентичности), (В.11 Функция, определяющая основной характер г. Осташков сегодня), (В. 12 Восприятие г. Осташков его жителями).

В.22. **С каким из утверждений вы согласны больше всего**

	%, один ответ
«Я — осташковец, потому что здесь живу и работаю»	23,5
«Я — осташковец, потому что чувствую связь с историей города, его старыми зданиями и улицами»	27,1
«Я — осташковец, но это просто факт биографии, не более»	49,4

В.11. **Какая одна функция, на Ваш взгляд, определяет основной характер Осташкова сегодня?**

	%, один ответ
Исторический город-музей	26,7
Курортно-туристический центр у озера	17,8
Спокойный провинциальный город для жизни	14,2
Религиозно-духовный центр (храмы, монастыри)	22,0
Смешанная / переходная идентичность	15,4
Другое	3,9

В.12. **Какой город Осташков для вас? (выберите наиболее близкий для Вас ответ)**

	%, один ответ
«Это старинный город с богатой историей и духовными традициями»	18,3
«Это курортный центр у Селигера, ориентированный на туризм»	19,8
«Это типичный провинциальный город, который борется за выживание»	23,0
«Это моя родина»	7,1
«У меня нет единого объяснения — город противоречив»	26,2
Другое	5,6

Для определения уровня осознанной культурной идентичности в ходе исследования задавались три вопроса, содержащие в себе индикаторы фактической, функциональной идентичности и идентичности, осознанной через культурное наследие.

Индекс осознанной культурной идентичности опирался на ответы этих трех вопросов: если ответ указывал на наличие идентичности осознанной через культурное наследие – респондент получал 3 балла к Индексу осознанной культурной идентичности; если проявлялась функциональная идентичность - 1 балл, за проявление фактической баллы в индекс не добавлялись – 0 баллов. Таким образом получен Индекс, принимающий значение от 0 до 9. То есть, чем выше значение, тем более осознанная идентичность наблюдается у респондента.

Для проверки гипотезы все полученные баллы разделены на три, примерно равные группы

Уровень осознанной идентичности	**Объем группы, в %**
Низкая идентичность	35,7
Средняя идентичность	30,1
Высокая идентичность	34,2

Для проверки гипотезы (не границы или объем групп) важно, что у представителей 1 группы осознанная культурная идентичность ниже, чем у представителей 2 и 3, а среди 3 группы – она самая высокая.

На основе значения Индекса идентичности можно разделить всех горожан на три примерно равные по числу жителей группы: Группа 1 - жители с низкой степенью осознанной идентичности, Группа 2 - жители со средней степенью осознанной идентичности и Группа 3 - жители с высокой степенью осознанной идентичности.

Визуально данные о влиянии значимости архитектурных памятников в восприятии жителя Осташкова, на степень их идентичность с городом показаны на рис. 22.

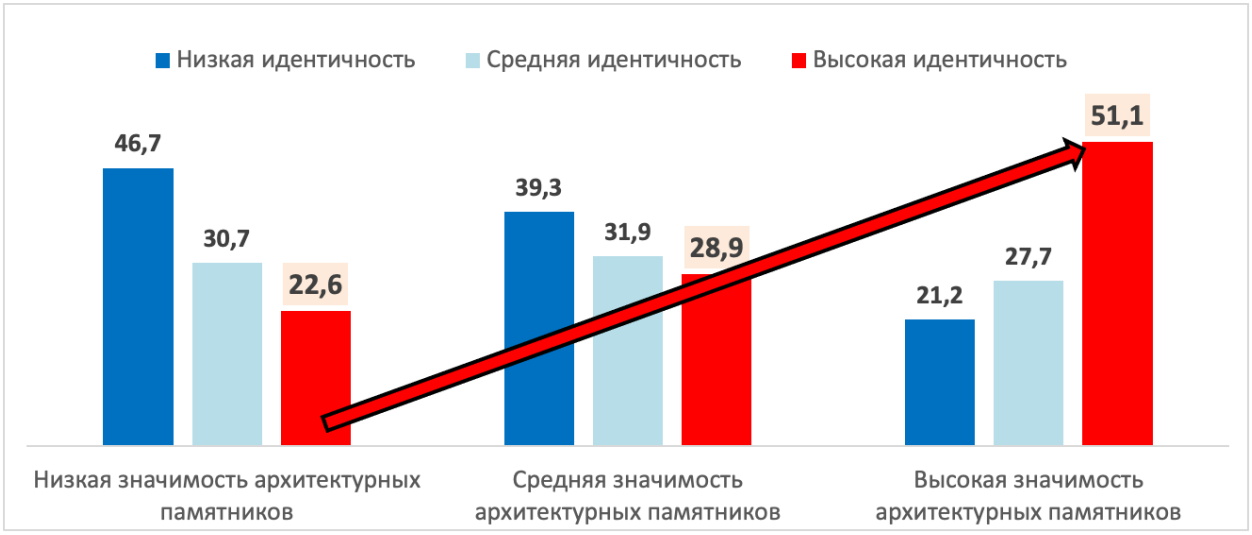


Рисунок 32. Уровень идентичности с городом в зависимости от степени значимости архитектурных памятников и объектов (в %)
Источник: составлено автором.

Как показано на рисунке - идентичность жителей зависит от значимости архитектурных памятников и объектов. Среди жителей, для которых значимость архитектурных памятников и объектов низкая, только 23 % имеют высокую идентичность, а среди тех, для кого значимость архитектурных памятников и объектов высокая - уже 51 % обладают высокой идентичностью.

Таким образом, мы видим, тенденцию, о которой говорится в гипотезе: Идентичность жителей малых исторических городов России формируется через их восприятие архитектурных памятников и объектов. Статистическая значимость достоверности гипотезы подтверждается, так как p-value критерия Хи-квадрат составляет 0,00002, что меньше порогового значения 0,05. Кроме того, учитывая, что значения обеих переменных измерены по порядковым шкалам, статистическую значимость истинности гипотезы подтверждена и с помощью коэффициента корреляции Спирмена. Значение коэффициента корреляции Спирмена P = 0,3, при значимости коэффициента менее 0,05 (p-value= 0,00000006). Что говорит о наличии статистически значимой связи (p-value), при этом связь не сильная (P=0,3). Значение симметричного коэффициента dСомерса равно 0,236 при значимости менее 0,05, что свидетельствует о том, что связь между переменными статистически достоверная, но слабая.

Таблица 6 – Оценка связи между переменными

Направленные меры

			Значение	Асимптотическая среднеквадратичная ошибка[a]	Приблизительная T[b]	Приблизительная значимость
Порядковый/порядковый	d Сомерса	Симметричная	0,236	0,042	5,603	0,000
		Зависимая переменная Идентичность	0,235	0,042	5,603	0,000
		Зависимая переменная Значимость архитектурных памятников	0,236	0,042	5,603	0,000

Источник: составлено автором.

Такой результат позволяет утверждать, что данные исследования позволяют статистически достоверно подтвердить истинность выдвинутой гипотезы.

Выводы по §2.2.

Нами разработана методика, в которой измеряется фактическая, функциональная и культурная идентичность жителей малого исторического города.

Проведенное исследование подтвердило гипотезу о том, что материальная среда малого исторического города, представленная архитектурными объектами, выступает фактором, формирующим культурную идентичность жителя: чем выше степень символического распознавания наследия и пространственной доступности

исторической среды, тем сильнее выражена осознанная культурная идентичность респондента.

В работе для оценки культурной идентичности предложены два индекса: индекс оценки значимости архитектурных объектов и индекс культурной идентичности.

Практическая значимость данных исследований заключается в их использовании для отслеживания поколенных аспектов отношения жителей к территории проживания, а также динамики отношения к городу; оценки влияния внешних переменных, таких как удовлетворенность инфраструктурой, городской средой на уровень культурной идентичности.

В исследовании были получены результаты о предпочтительных каналах коммуникации. Однако следует отметить, что их использование носит динамический характер и будет меняться на протяжении времени (канал MAX, имеющий на настоящий момент 12 % пользователей, может стать эффективным коммуникационным инструментом для формирования культурной идентичности местных сообществ).

В ходе опроса были получены данные об отношении жителей г. Осташков к реставрации архитектурных объектов, которые позволяют разрабатывать коммуникационные механизмы с целью воздействия на знания, установки и поведение людей. Они также служат эмпирической базой для принятия управленческих решений, направленных на изменение установок по отношению к городу, формирование культурной идентичности и чувства патриотизма.

Кроме того, результаты позволяют оценивать эффективности проведения коммуникационных кампаний. Предложенные нами индексы позволяет сравнивать разные регионы по уровню культурной идентичности, отслеживать уровень динамики данных показателей в условиях проведения коммуникационных интервенций и выявлять закономерности культурной идентичности и других переменных.

ГЛАВА 3. КОММУНИКАЦИОННАЯ КАМПАНИЯ КАК УПРАВЛЕНЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ МАЛЫХ ГОРОДОВ

В данной главе рассматриваются теоретический и практический потенциал использования теорий коммуникации и методические приемы коммуникационных кампаний для актуализации символического ресурса архитектурных памятников и градостроительного плана с целью сохранения культурной идентичности жителей малых исторических городов. В §3.1. анализируются теории коммуникации и их релевантность поставленным целям коммуникационной кампании. В §3.2. на основании проведенного анализа международного опыта коммуникационных интервенций по сохранению малых исторических городов выявлены наиболее успешные практики; в их числе использование социальных сетей для формирования культурной идентичности.

§ 3.1. Методологические аспекты проведения коммуникационных кампаний по сохранению культурной идентичности жителей малого города

На основании положений о междисциплинарном подходе, изложенном в гл.1 §1 культурная идентичность жителей малых городов основана как на материальных объектах, так и на нематериальном наследии, и зависит от существенных в них изменений, а также от наличия или исчезновения носителей и связей, которые с ними ассоциируются. Значительную роль в возрождении малых исторических городов и минимизации рисков их уничтожения играют архитекторы и реставраторы. Однако наряду с сохранением памятников архитектуры важно транслировать значимость их восстановления и бережного отношения к ним как для местных сообществ, так и для более широкой аудитории. Коммуникация, по мнению С.А. Кравченко, создает мосты между регионами и «малые города

осуществляют коммуникации со столицами и друг другом, выходя за пределы своего географического пространства»[283].

Коммуникационные программы, созданные на основе полипарадигмального подхода, позволяют оказывать эффективное управленческое воздействие на знание и поведение индивида. В рамках теории коммуникации архитектура сама выступает в роли знака, который декодирует проживающий в ней субъект[284].

Необходимость проведения информационно-просветительской работы с целью воздействия на жителей городов, обосновывали в своих трудах В.Л. Глазычев, Д.С. Лихачев, О.Н. Яницкий и многие другие ученые. По мнению Д.С. Лихачева градостроители прежде, чем приступать к строительным или реставрационным работам должны изучить их историю, их «эстетическую сторону» и организовывать взаимодействие с различными субъектами. Для управления общественными процессами в исторических малых городах он предлагал в своих трудах создавать советы, задачей которых является изучение художественных особенностей городов, «публиковать статьи в местной прессе»[285], формируя все условия для сохранения облика таких городов. Благодаря статьям Д.С. Лихачева, написанным в 50-60 гг. XX века в защиту исторической красоты Новгорода, удалось сохранить земляной вал г. Новгород. Академик архитектор В.И. Лепский считал, что «необходимо как можно больше рассказывать о памятниках на телевидении, радио, в печатных СМИ, создавать интересные фильмы», возрождать реставрационные и строительные отряды, сформированные из студентов, совместными усилиями творческих союзов, фондов и общественных организаций проводить семинары и конференции, а также проводить работу среди жителей по сохранению памятников[286]. Подводя итог, можно констатировать, что

---

[283] Кравченко С.А. Социологическая диагностика синергийных сложностей современной России. М.: Изд-во МГИМО «Университет», 2024. С. 360.

[284] Чапля Т.В. Архитектурное пространство способ моделирования человеческого поведения // Вестник Томского государственного университета. Серия. Культурология и искусствоведение https://cyberleninka.ru/article/n/arhitekturnoe-prostranstvo-sposob-modelirovaniya-chelovecheskogo-povedeniya/viewer DOI: 10.17223/22220836/27/7

[285] Лихачев Д.С. Заметки и наблюдения. СПб: Азбука, 2017. С.379.

[286] http://www.vremya.ru/2008/60/13/201479.html

в XX веке ученые использовали доступные средства воздействия на общественность с целью сохранения культурного наследия.

Для наращивания потенциала малых городов авторы доклада «Развитие городов: лучшие практики и современные тенденции»[287] в XXI веке ученые предлагают использовать цифровые технологии, в том числе для проведения коммуникационно-управленческих кампаний, правомерно полагая, что благодаря им возможно активное развитие городов, а также их безопасное функционирование. Однако важно отметить, что «несмотря на эволюцию медиакоммуникаций и активное развитие цифровой, алгоритмической формы, базовое их свойство, значимое для социальной архитектуры, не изменилось, - посредством них социальная информация по-прежнему влияет на сознание и поведение людей, незаметно воздействуя убедительной силой на общественное мнение»[288].

В данной работе мы анализируем теоретико-методологические основания для формирования КК, которая направлена на сохранения КИ жителей малых исторических городов. В целом все имеющиеся модели коммуникации содержат коммуникативный акт и базовые элементы, разработанные еще в 1948 году Г. Лассуэлом[289]. Изначально коммуникация рассматривалась как линейный процесс, где КТО сообщает - ЧТО - по какому каналу - КОМУ - с каким Эффектом[290]. В ранних моделях коммуникации, по мнению Э. Роджерса и Ф. Шумейкера, общество рассматривалось как масса несвязанных, автономных индивидов, контакты между которыми имели уменьшающуюся важность, а информация интерпретировалась как передача из источника в приемник или

[287] Национальный доклад «Развитие городов: лучшие практики и современные тенденции». М.: КЕМ, 2011.
[288] Володченков С.В., Харичев А.Д., Селезнева А.В. Социальная архитектура: теория и практика социальных изменений. М.: Проспект, 2026. С.292.
[289] Laswell H. The structure and function of Communication in Society // The Communication of Ideas. New York, Harper. 1948.
[290] Конецкая В.П. Социология коммуникаций. М.: Международный Университет бизнеса и управления «Братья Карич», 1997. С. 220.

«пуля, выстреливаемая из пистолета в цель»[291]. Последующие работы расширяют представление о коммуникации (К. Шеннона и В. Уивера[292]) и определяют направление их исследований. Именно К. Шеннон и В. Уивер поставили задачу интерпретации смысла сообщения получателем и соотнесения его с тем, что было заложено отправителем. Однако они недооценивали субъективность взаимодействия, а именно, то, что сообщение обычно означает для получателя нечто совершенно иное, чем для отправителя.

В теории коммуникации общение продолжительное время рассматривалось как линейный, односторонний акт, а не циклический процесс взаимодействия двух субъектов во времени. Исследования фокусировались на объектах коммуникации вне контекста, подразумевая как будто их интеракция происходит в вакууме. Б. Уэстли и М. Маклин в работе 1955 года подчеркнули значимость дополнительных элементов в системе взаимодействия и обратную связь, поместив коммуникационный акт в более широкие рамки внешней среды[293]. Модели коммуникации, созданные позднее Б. Уэстли и М. Маклином (1957), и позднее Д. Берло (1960) имеют много общего с концепцией Шеннона-Уивера, подразумевая под коммуникацией линейную последовательность событий и наличие активного источника, стремящегося повлиять на получателя. Большинство этих моделей утверждают, что коммуникация, в большей или меньшей степени, является «процессом», посредством которого идея передается от источника к получателю с целью изменения поведения.

Модель Источник-Сообщение-Канал-Получатель, описанная в 1960 г. Д. Берло, идеально подходит для изучения массовой коммуникации, при том, что сам автор справедливо считал, что «поведение источника информации не

---

[291] Rogers E., Shoemaker F. Communication of Innovations: A cross-cultural Approach. New York, Free Press. 1971. C.239

[292] Shannon C.; Weaver W. The Mathematical Theory of Communication. University of Illinois Press. ISBN 978-0-252-72546-3.

[293] Westley B., MacLean M. A conceptual model for communication research. https://marketing-course.ru/wp-content/uploads/2018/11/Journalism-Quarterly-1957-Westley-31-8.pdf

происходит независимо от поведения реципиента и наоборот»[294]. Важно отметить, что ученый предвидел ограничения в понимании взаимодействия как строгой последовательности и относительной автономности элементов друг от друга. В своей теории он впоследствии пришел к выводу, что источник и получатель взаимозависимы.

Будучи приверженным линейным моделям У. Шрамм тем не менее возглавил переход к реляционным - в 1970-е годы, подчеркивая, что самым «существенным изменением в общей теории коммуникации за последние 40 лет стал постепенный отказ от идеи пассивной аудитории и ее замена концепцией высокоактивной, высокоизбирательной аудитории, которая манипулирует сообщением, а не подвергается манипуляциям, становясь полноправным участником коммуникационного процесса»[295]. Общение он рассматривал как акт установления контакта между отправителем и получателем с помощью сообщения, когда отправитель и получатель имеют некоторый общий опыт, который придает смысл информации, закодированной отправителем и расшифрованной получателем[296].

В 70-е гг. XX века основной акцент в исследованиях коммуникации смещается на диаду, группу или сеть или систему индивидов; и коммуникативные отношения между ними. Попытки преодолеть индивидуальную психологическую предвзятость в исследованиях коммуникации сделаны такими учеными как Дж. Маклеод и С. Чаффи в ко-ориентационной модели взаимодействия[297], Э. Роджерсом и др. учеными. Эти концептуально-методологические подходы предполагают, что даже когда индивид является единицей ответа, коммуникативные отношения могут быть единицей анализа посредством какого-либо социометрического измерения. Таким образом, мы приходим к анализу

---

[294] Berlo D. The Process of Communication. An Introduction to Theory and Practice. New York, Holt, Reinhart and Winston.1960. c.106

[295] Schramm W. The Nature of Communication between Humans. // W. Schramm, D. F. Roberts (Eds.) The Process and Effects of Mass Communication Urbana. IL: University of Illinois Press.1971. c.8.

[296] Schramm W. Mass Communications (Urbana, IL: University of Illinois Press. 1960.

[297] McLeod J.M., Chaffee S. H. Interpersonal Approaches to Communication Research // Sage Journals. Vol.16 (4), 1973. https://doi.org/10.1177/000276427301600402

взаимодействия не просто между отправителем и получателем, а изучению общения между индивидами внутри группы по поводу полученной информации.

Краткий обзор эволюции теорий коммуникаций свидетельствует о значимости внутриличностной интерпретации сообщения и необходимости анализа сообщества, которое влияет на восприятие сообщения. Особое значение в формировании индивидуальных установок это приобретает в малых городах, где констатируется высокая интенсивность межличностных связей. Ключевыми теориями для изучения взаимодействия индивидов и выстраивания сетевого взаимодействия в рамках проведения коммуникационной кампании, по нашему мнению, обладают теория диффузии инноваций Э. Роджерса[298]; теория социального научения А. Бандуры[299], теория запланированного поведения М. Фишбейн и И. Эйджзен[300], конвергентная модель Л. Кинкейда и Э. Роджерса[301].

В отечественной и зарубежной литературе существуют различные определения коммуникационных кампаний. Автор теории диффузии инноваций определяет социально-коммуникативные кампании как «заранее спланированный комплекс действий, направленный на установление контакта с людьми и побуждение их к действию путем конкретных видов информации. Кампании проводятся в течении ограниченного периода с конкретными задачами изменения отношения и поведения целевых аудиторий. В коммуникативных кампаниях почти всегда применяют многообразные каналы коммуникации»[302].

Согласно ***теории диффузии инноваций Э. Роджерса***, диффузия — это особый вид коммуникации, в ходе которой распространяются новые идеи, в которых присутствует какая-то доля неопределенности, по выбранным каналам в

---

[298] Rogers E. Diffusion of Innovations Free Press London. 1983. https://teddykw2.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/07/everett-m-rogers-diffusion-of-innovations.pdf

[299] Bandura A. Social Cognitive Theory of Self-Regulation// Organizational behaviour and human decision processes 1991, Vol. 50, c.248-281, c.248.

[300] Fishbein M., Ajzen I. Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Reading. MA: Addison-Wesley, 1975. https://people.umass.edu/aizen/f&a1975.html

[301] Rogers, E. M., Kincaid, D. L. Communication network: Toward a new paradigm for research. New York, NY: Free Press, 1981.

[302]Rogers E., Storey J.D. Communication Campaigns // Handbook of Communication Science. New York, 1997.

определенное время и для целевой аудитории в обществе[303]. Под неопределенностью ученый понимает отсутствие предсказуемости, структуры, информации[304]. Последняя в свою очередь снижает эти неопределенности. Также он рассматривал диффузии как особый вид социальных изменений, а также модификацию социальной системы в целом. Ученый выделял по степени контроля централизованные и децентрализованные системы распространения инноваций. В первом случае каналы распространения, время и другие технические аспекты коммуникации определяет небольшой круг людей. В децентрализованной системе в процесс принятия решений включены также потенциальные получатели информации, более задействованы горизонтальные сети.

Важными характеристиками инновации являются относительное преимущество (relative advantage) - степень, в которой инновация воспринимается как лучшая, чем идея, которую она заменяет. Совместимость (compatibility) — это «степень, с которой инновация воспринимается как соответствующая существующим ценностям, прошлому опыту и потребностям»[305]. Идея, несовместимая с преобладающими ценностями и нормами социальной системы, не будет принята так же быстро, как совместимая. Сложность (complexity) - это степень, с которой инновация воспринимается как трудная для понимания и использования. Некоторые новшества легко понятны большинству членов социальной системы; другие более сложны, что затрудняет их внедрение. Возможность апробации (trialability) - это степень, с которой инновацию можно протестировать поэтапно, не реализуя всю предложенную последовательность действий одномоментно. Наблюдаемость (observability) - это степень, в которой результаты инновации видны другим[306].

Применительно к КК по сохранению культурной идентичности – это выражается в формировании такого типа поведения для целевой аудитории, где оно

---

[303] Rogers E. Diffusion of Innovations Free Press London. 1983. https://teddykw2.wordpress.com/wp-content/uploads/2012/07/everett-m-rogers-diffusion-of-innovations.pdf стр. 10
[304] Там же с.6
[305] Там же стр. 15
[306] Там же стр. 16

будет интерпретироваться как новая тенденция, тренд, постепенно распространяющийся в выбранной ЦА.

В ходе принятия решения о необходимости действовать индивид, по мнению Э. Роджерса проходит процесс, включающий пять этапов: (1) знание, (2) убеждение, (3) решение, (4) реализация и (5) подтверждение. Знание возникает, когда индивид ищет информацию об инновации и механизмах ее функционирования. Убеждение — это формирование благоприятного или неблагоприятного отношения к ней. Решение - это уже само действие по принятию или отклонению предлагаемой идеи. Внедрение происходит, когда индивид ее использует. Подтверждение происходит, когда отдельный человек сформировал устойчивую позицию[307]. Важно отметить, что в процесс поиска информации в более широком смысле играет роль социальная система, а в более узком - критически важными становятся межличностные связи в референтных группах. Оценки ближайшего социального окружения «вероятно повлияют на человека на этапе принятия решения, и, возможно, на этапе подтверждения»[308]. Под социальной системой Э. Роджерс понимает «совокупность взаимосвязанных единиц, участвующих в совместном решении проблем для достижения общей цели» [309]. Членами социальной системы могут быть отдельные лица, неформальные группы, организации и/или подсистемы. Структура «придает регулярность и стабильность поведению человека в социальной системе», предсказывая его действия с определенной степенью точности. В социальной системе существует формальный и неформальный тип структуры, где последний формируется в межличностных контактах, связывающих членов системы. Эти взаимодействия формируется по принципу гомофилии, где большинство индивидов общается с другими, похожими на них; таким образом, «в системе часто создается коммуникационная структура, в которой гомофильные группы индивидов объединяются в клики»[310]. Э. Роджерс особо выделяет значимость социальной

[307] Там же стр.20
[308] Там же стр.21
[309] Там же стр.24
[310] Там же стр 25

системы в распространении инновации, что в контексте малых исторических городов может трактоваться как население этих территориальных образований.

Э. Роджерс одним из первых проанализировал роль лидеров мнений в распространении желаемого поведения. К таким людям он относил тех, кто способен в разной степени «неформально влиять на отношение или явное поведение других индивидов желаемым образом с относительной частотой»[311]. Лидеры мнений достигают своего положения в группе благодаря своей компетентности и соответствию доминирующим нормам. Если социальная система инновационна, то в ней будет много лидеров мнений, ориентированных на перемены. Лидеры мнений создают модель для своих последователей. Однако встречаются лидеры мнений, которые противостоят изменениям. При сравнении лидеров мнений с их последователями, мы обнаруживаем, что «они (1) более подвержены всем формам внешней коммуникации, (2) более космополитичны, (3) имеют несколько более высокий социальный статус и (4) более инновационны»[312]. Ключевая характеристика, объединяющая эти два типа лидеров, состоит в том, что они находятся в центре межличностных коммуникационных взаимодействий. При характеристике ключевых игроков инноваций вводится также понятие агент перемен (change agent), под которым подразумевается актор, который влияет на решения относительно инноваций в соответствии с пожеланиями организаторов КК. Иногда лидеры мнений чрезмерно активно продвигающие идеи могут терять своих последователей, и входить в конфликт с агентами перемен, которые чрезмерно используют их.

Формирование активной гражданской позиции лидерами мнений (краеведами, руководителями учреждений культуры и т.п.) по сохранению архитектурных объектов позволит актуализировать подобное поведение и вовлечь большее число представителей целевой аудитории.

Подтверждает важную роль лидеров мнений в формировании поведения, направленного на сохранение культурного наследия, ***теория социального***

[311] Там же стр 28
[312] Там же стр.29

научения А. Бандуры. В данном подходе обосновывается усваивание модели поведения через наблюдение действий другого значимого для них лица. А. Бандура сместил исследования от причинно-следственного анализа внутренних детерминант в сторону анализа воздействия внешних влияний на поведение индивида. Некоторое время в науке существовал скептицизм по оценке значимости регулирования извне поведения индивида, однако, по мнению ученого, в теории социального научения индивиды не побуждаются к определенным действиям исключительно внутренними силами или внешними стимулами. «Психологическое функционирование, скорее, следует объяснять в терминах непрерывной реципрокной интерактивности персональных и внешних детерминант»[313]. Благодаря наблюдению оптимизируется процесс передачи знаний и информации, так как «научение было бы трудоемким, если бы люди, получая информацию о том, что делать, полагались бы исключительно на результаты собственных действий» [314]. Именно отслеживая поведение окружающих, у индивида вырабатывается собственный паттерн.

Важным теоретико-методологическим основанием для проектирования поведения индивида является ***теория запланированного поведения М. Фишбейн и И. Айзена***. В своих исследованиях они доказали, что сила связи между установками и поведением «зависит от соответствия предиктора установки поведенческому критерию»[315]. Индивид, может сформировать новые убеждения, по их мнению, только посредством совершения какого-либо действия. Для получения новой информации он может читать книги, наблюдать за событиями, взаимодействовать с другими людьми, смотреть телевизор и т. д., и эти действия обеспечивают основу для формирования индивидуальных предпочтений. Социальное взаимодействие участвующих субъектов способствует выработке представлений об атрибутах объектов в окружающей среде, о последствиях

---

[313] Бандура А. Теория социального научения. https://royallib.com/book/bandura_albert/teoriya_sotsialnogo_naucheniya.html

[314] Bandura A. Social Cognitive Theory of Self-Regulation// Organizational behaviour and human decision processes, 1991, Vol.50, 248-281 (1991) c.248

[315] Fishbein M., Ajzen I. Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Reading. MA: Addison-Wesley, 1975. https://people.umass.edu/aizen/f&a1975.html c.512.

поведения, которые закладывают «основу для формирования установок по отношению к объектам в ситуации, к другим людям»[316], создавая нормативные убеждения. Поскольку в малых городах высокая плотность неформальных связей, то именно локальные лидеры мнений создают поведенческие стандарты. В контексте КК по управлению культурной идентичностью жителей малых исторических городов это позволяет преодолеть разрыв между латентной эмоциональной привязанностью и их реальной готовностью к действиям по сохранению культурного наследия.

Особое место в нашем исследовании мы отводим механизмам управления культурной идентичности горожан на уровне местных сообществ, исследованию межличностного взаимодействия и его влиянию на индивидуальное поведение. Большой эвристической ценностью для решения поставленных задач обладает ***конвергентная теория Л.Кинкейда, созданная им в соавторстве с Э. Роджерсом***[317]. В ней коммуникация – это «процесс, в котором информация распространяется индивидами в системе с тем, чтобы достичь лучшего понимания ключевой темы»[318]. Таким образом, происходит перенос акцента с донесения информации до индивида на формирующуюся систему связей, где и происходит ее циркуляция. Новое прочтение данная теория получает именно в период возникновения и развития цифровых платформ и социальных сетей, при том, что теоретическую значимость связей в изменении индивидами поведения отмечал в своих работах Г. Зиммель. Впоследствии Д. Морено дал основополагающие инструменты для измерения межличностных взаимодействий.

На наш взгляд, можно выделить следующие этапы в развитии исследовательского интереса к изучению коммуникации в рамках сообщества (networks): 1 этап 1940-1950 - развитие и господство социометрического

---

[316] Там же с.521

[317] Rogers, E. M., Kincaid, D. L. Communication network: Toward a new paradigm for research. New York, NY: Free Press, 1981.

[318] Rogers, E. M., Kincaid, D. L. Communication network: Toward a new paradigm for research. New York, NY: Free Press, 1981. с. 44

подхода, 2 этап 1960-1980 - спад интереса к социометрии и акцент на изучении индивида; 3 этап настоящее время - возрождение интереса к изучению взаимоотношений, возникающих в ходе коммуникации. Создатель модели Л. Кинкейда считает, что основная идея была впервые сформулирована философом Ч. Пирсом[319]. Его исследование природы знаков и значения привело его к осознанию присущей языку неопределенности. По мнению Ч. Пирса, знак объективно неопределенен, если для понимания его значения требуется какой-либо дополнительный символ или опыт. Он пришел к выводу, что даже математические понятия не являются абсолютно точными в связи с тем, что у каждого индивида своя интерпретация слов.

Коммуникация между индивидами — это целостный процесс, который включает в себя множество других людей, помимо «источника» и «получателя». Предыдущие исследования были сильно упрощены и сведены до анализа воздействия, оказываемого на получателя сообщения. Для более глубокого понимания коммуникации, по мнению Л. Кинкейда, ученым ранее не хватало методологических и методических инструментов. В настоящее время «сетевой анализ предоставляет один из способов изучения структуры коммуникации и, следовательно, позволяет более реалистично справляться с целостной реальностью человеческой коммуникации»[320].

В общении целесообразно выделять циклы обмена информацией, а именно, конвергенцию и дивергенцию, которые представляют из себя два аспекта одного и того же процесса. Конвергенция всегда происходит между двумя или более людьми. Модель заставляет нас изучать отношения, различия, сходства и изменения этих отношений во времени. Минимальной единицей анализа является диада, члены которой связаны тем или иным образом посредством обмена информацией. От диад исследователь может распространить свой анализ на

---

[319] Пирс, Ч. С. Избранные философские произведения. М.: Логос, 2000. ISBN 5-8163-0014-8.

[320] Rogers, E. M., Kincaid, D. L. Communication network: Toward a new paradigm for research. New York, NY: Free Press, 1981. с. 75.

группы, сообщества и т.п. Как уже упоминалось ранее, коммуникация всегда потенциально может привести к недопониманию, разногласиям и дивергенции. Определение коммуникации как конвергенции подразумевает, что обмен информацией создает и определяет отношения между двумя или более индивидами. Таким образом, само коммуникационное поведение следует изучать как зависимую переменную в исследованиях коммуникации. Здесь главный исследовательский вопрос (звучит так: «Кто с кем связан?»).

Эти положения Л. Кинкейд предлагает использовать для изучения массовой коммуникации, когда исследовательский фокус следует перенести с прямого воздействие сообщений КК на отдельных членов аудитории на процесс распространения информации в сообществах и механизмах формирования смысла «получателям» через их взаимодействия с другими людьми.

Таким образом, теоретический каркас для КК формируют прежде всего теории диффузии инноваций и теория конвергенции. Теория конвергенции предполагает перенесение акцента в коммуникационной кампании с информирования населения на формирование горизонтальных связей, где сохранение архитектурных объектов становится предметом обсуждения. В рамках диффузии инноваций и конвергенции культурная идентичность не навязывается искусственно со стороны, а является результатом коллективного конструирования значений и смыслов. В нашем понимании коммуникационная кампания - это эффективный управленческий механизм, стимулирующий сетевые взаимодействия, где формируется сообщество индивидов, которые разделяют ценность культурного наследия.

Сформулировав теоретический каркас для коммуникационной кампании, перейдем к рассмотрению ее методологических принципов. В России значительны вклад в этой области сделали такие авторы как Д.П. Гавра, Д.П. Шишкин, Бровко

С.Л.[321], А.Н. Чумиков, М.П. Бочаров[322], И.М Дзялошинский[323] Ф.И. Шарков[324] и др. Продуктивными для построения коммуникационной кампании служат теории брендинга территорий С. Анхольта; брэндинга города Д. Визгалова, Д. Кепферер и др.

Коммуникационную стратегии Д.П. Гавра определяет как «опирающуюся на общую стратегию социального субъекта (принадлежащего к любой сфере - политической, экономической, социальной, культурной) долгосрочную сбалансированную по ресурсам программу достижения его (субъекта) стратегических целей через информационно-коммуникационные взаимодействия с внешней и внутренней средой».[325]Фундаментом коммуникационной стратегии выступает долгосрочная масштабная социальная, политическая или бизнес-цель, для достижения которой формулируется основополагающая система ценностей/идей в сочетании с концепцией позиционирования, которые социальный субъект доносит до своей аудитории/ аудиторий, рассчитывая воздействовать на их (аудиторий) аттитюды и в конечном счете, поведение.

Коммуникативная деятельность по изменению поведения - это сложный, длительный, многоступенчатый процесс, который включает в себя формативное исследование, анализ текущего поведения целевой аудитории, планирование, создание сообщений и материалов, их тестирование, реализацию, мониторинг и оценку результатов, идентификации всех ключевых акторов, аудиторий, лидеров мнений, возможных противников и сторонников кампании и т.п. Обязательным элементом коммуникационной кампании является проведение социологического исследования и выявления наиболее эффективных каналов коммуникации для

---

[321] Шишкин Д.П., Гавра Д.П., Бровко С.Л. PR кампании: методологии и технологии. СПб.: Роза мира, 2004.
[322] Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. М.: Изд-во Дело, 2006.
[323] Дзялошинский И.М. Медиатизация культуры в цифровой цивилизации. Учебное пособие. Издательство: Ай Пи Ар Медиа. 2022
[324] Шарков Ф.И., Силкин В.В. Коммуникология: теория и практика массовой информации. М.: Дашков и Ко. 2017.
[325] Гавра Д.П. Понятие и характеристики коммуникационной стратегии. https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-i-harakteristiki-kommunikatsionnoy-strategii/viewer

взаимодействия со всеми группами, на которые предполагается оказать воздействие. Инструменты коммуникации могут объединять и современные, и традиционные каналы, что позволяет использовать различные форматы: от текстовых публикаций до интерактивных платформ, видео и аудио контента, обеспечивая эффективное воздействие на аудиторию. Частью КК могут быть семинары и конференции в сочетании с продвижением культуры малых городов через интерактивные карты, мобильные приложения и онлайн-экскурсии, а также разработка квестов, основанных на исторических фактах, с целью вовлечения молодёжи в процесс сохранения культурного наследия. В КК целесообразно включать работу с лицами, принимающими решения, так как эффективное сохранение культурного наследия часто требует соответствующей политики и системы управления. Важной является работа в сфере законодательства как на местном, так и федеральном уровне.

В КК по формированию культурной идентичности следует включать серию информационных сообщений, разработанных в общественных интересах, направленных на целевые аудитории и распространяющихся через различные каналы коммуникации. Особенностью проведения таких кампаний выступает убеждающее или информирующее воздействие на определенную группу населения. Для того чтобы сообщение было эффективным, могло преодолеть индивидуально-психологические барьеры реципиента и достичь ожидаемого результата в коммуникативной кампании, при его создании необходимо соблюдать следующие правила. Во-первых, послание должно быть коротким, чётким и уместным. Во-вторых, оно должно быть написано на языке целевой аудитории, с использованием понятной ей лексики, вербальных и невербальных средств. В-третьих, необходимо разработать несколько вариантов сообщения, ориентированных на разные сегменты целевой аудитории. Послание может транслироваться однократно или периодически, при этом его тон может быть юмористическим, дидактическим, авторитарным, рациональным или затрагивающим эмоции потребителя.

Цель коммуникационных сообщений - повысить уровень культурной идентификации жителей малого города с местом своего проживания, патриотизма. Подобную информационно-образовательную функцию осуществлял Альянс руководителей региональной прессы России (АРС-Пресс) в 2016-17 гг., когда в рамках проекта «Малые города России - история» были проведены исследования по истории малых городов России с целью систематизации и унификации полученной в результате информации и затем ее распространения в СМИ и последующего привлечения внимания к их жизни[326]. В процессе реализации мероприятий программы следует учесть индивидуально-психологические, социально-психологические особенности реципиентов[327], преодолеть логические, стилистические, фонетические, семантические и культурные барьеры[328].

Коммуникационные кампании могут включать в себя работу с лицами, принимающими решения, так как эффективное сохранение культурного наследия часто требует соответствующей политики и системы управления. Важной частью коммуникационных программ является работа в сфере законодательства как на местном, так и федеральном уровне. Например, проведение конференций и методических семинаров с целью выдвижения инициатив на уровне Государственной Думы, Федерального Собрания РФ о сохранении объектов культурного наследия (памятниках истории и культуры) народов Российской Федерации; на уровне Министерства культуры РФ и Российской академии наук, в частности, создание информационных систем «Археологическая карта» и их интеграция с системами обеспечения градостроительной деятельности[329].

В малых городах целесообразно применять многоцелевую стратегию использования исторических мест, таких как центральная площадь, рынок, здание

---

[326] Владимирские ведомости, 2017. URL:https://rrsociology.ru/journal/article/1582/

[327] Залюбовская Е.В. Преодоление коммуникативных барьеров в условиях совместной деятельности. Дисс. на соискание уч. Степени канд. Псих. Наук. М. 1984.

[328] Якупов П.В. Коммуникация: определение понятия, виды коммуникации и ее барьеры // Вестник ГУУ. №10. 2016. С.261-266.

[329] Бычков Д.А. Павленко К.К. Выборов А.В. Методический семинар «Сохранение объектов археологического наследия Российской Азии: результаты и тенденции» //Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2020. Т.19. №3. с.160-164

местной администрации, культовые сооружения для проведения мероприятий. Особое значение такая стратегия приобретает в условиях ограничения финансовых ресурсов, которые имеют малые города и располагающиеся в них учреждения культуры. Подобные узловые точки могут решать различные социально-культурные цели, создавая площадки для интеграции жителей. Исторические центры города являются важным активом, которые местные сообщества могут использовать для осуществления коммуникационных интервенций, так как именно они определяют характер и идентичность сообщества через архитектурные достопримечательности, имеющие историческую ценность. Сохранение таких мест добавляет ценностью малому городу, возрождает идентичность и помогает привлекать новых жителей. Так, в США, в городе Розелл, штат Иллинойс (население 22 763) была реализована инициатива «Традиции встречаются с завтрашним днем», в рамках которой продвигались продукты местной культуры - работы ремесленников, что способствовало сохранению исторического наследия и взаимодействию с местным сообществом, и формировало идентичность малого города как центра процветающей местной культуры[330].

Ключевым элементом коммуникационных кампаний важно сделать участие местных сообществ в малых городах, так как они являются одной из определяющих характеристик таких поселений, где жители часто знают друг друга, и существует глубокое чувство взаимосвязи. В контексте стратегического планирования это может быть одновременно и возможностью, и вызовом. С одной стороны, сплоченное сообщество способствует эффективному сотрудничеству и общему видению будущего. С другой стороны - это может приводить к противодействию с их стороны переменам. Успешное стратегическое планирование в небольших городах требует тонкого баланса между сохранением собрания жителей для активного вовлечения жителей в процесс планирования. Также значительно проще по сравнению с большими городами проводить опросы для замера отношения к происходящим событиям или предполагаемым

[330] Strategic Plans for Small Towns: What Makes It Different? https://envisio.com/blog/strategic-plans-for-small-towns-considerations-and-strategies-for-success/

мероприятиям по благоустройству. В ряде ситуаций горожане обладают более тесными связями, глубокими знаниями местности и пониманием того, что значимо для будущего города. Привлечение жителей и установление механизмов обратной связи гарантирует, что коммуникационная кампания будет основана и на уникальном характере города, и на ожиданиях и пожеланиях его жителей.

Мы предлагаем в качестве методологических принципов проведения КК по сохранению культурной идентичности жителей малых исторических городов многоканальность воздействия на целевую аудиторию, включая как традиционные средства воздействия на целевую аудиторию, так мобильные технологии; а также использование административных ресурсов и многоцелевую стратегию использования общественных пространств и мест.

Вывод по § 3.1. Проанализировав различные теоретико-методологические подходы мы пришли к выводу, что для сохранения культурной идентичности жителей малых исторических городов необходимо перейти от линейный, односторонних моделей коммуникации к комплексным управленческим механизмам, где фокус взаимодействия смещается на интеракцию субъектов между собой и формирование устойчивых межличностных связей на уровне сообщества.

Предлагаемая нами в качестве методологической основы КК конвергентная модель коммуникации позволяет перейти от изучения простого воздействия эффективности сообщения на индивида к глубокоам анализу формирующихся в ходе КК взаимосвязей, выявлению точек конвергенции и дивергенции. Также целесообразно отслеживать циркуляцию смыслов внутри сообщества и выявлять роль лидеров общественного мнения. В коммуникационных кампаниях по формированию культурной идентичности жителей малых городов основной целью должно быть формирование сообществ и циркуляция в них информации. В результате проведения КК формируются ценности, разделяемые большинством членов этого сообщества.

Для оценки роли лидеров, механизмов формирования мнений, нарративов, формирующих тренды на сохранение культурно-исторического наследия, целесообразно использовать теорию диффузии инноваций актуализируют нужные.

Идентичность в малых городах, характеризующихся высокой плотностью социальных связей, конструируется преимущественно через горизонтальные практики и коллективное осмысление информационных сигналов.

§3.2. Коммуникационные технологии в сохранении культурной идентичности малых городов: российский и международный опыт

На основе теоретико-методологических принципов теории конвергентности и диффузии инноваций в параграфе ниже мы анализируем коммуникационные технологии, которые позволяют, выстроить сетевое взаимодействие.

В последние десятилетия особое место в коммуникационных кампаниях занимают цифровые технологии. Это связано прежде всего с интенсивной информатизацией социальной сферы российского общества, когда локальные и городские интернет-сообщества становятся его неотъемлемой частью. Российские ученые констатируют, что использование «цифровой партисипации в формате диджитал технологий, коммуникаций и платформ играет значительную роль в том числе и в построении социальной архитектуры, где алгоритмы начинают участвовать в механизме определения того, что важно, а что не важно человеку»[331]. В российском научном сообществе к цифровым проектам относят цифровые платформы, приложения, профильные сайты, для решения социально значимых задач и т.п. Цифровые платформы становятся важнейшим инструментом для продвижения идентичности жителей малых городов. С их помощью информация не только создается, но и формируется целостные интерактивные

[331] Володченков С.В., Харичев А.Д., Селезнева А.В. Социальная архитектура: теория и практика социальных изменений. М.: Проспект, 2026. С.268.

проекты. Используя такие платформы, можно вовлекать пользователей в процесс изучения региональной культуры. С помощью интерактивных карт можно продвигать исследование достопримечательностей, историю мест и делиться своими впечатлениями. Мобильные приложения предоставляют доступ к аудиогидам, фотоархивам и другим материалам, связанным с историей города.

Российские ученые под коммуникационными технологиями работы с населением и общественным мнением понимают «совокупность приемов, воспроизводящих, а также закрепляющих навыки социального и экономического поведения»[332]. Такие технологии позволяют сохранять культурное наследие, привлекать внимание к историческим достопримечательностям, формировать и укреплять идентичность и связи между жителями города. Более того, они способны формировать или трансформировать идентичности[333], обладая регулятивной, корректирующей функцией по отношению к информационным потокам и решая следующие задачи[334]:

- Информирование аудитории о целях, сущности социального проекта
- Формирование позитивного отношения целевой аудитории к социальному проекту
- Предложение аудитории вариантов конкретных поступков, действий, связанных с вовлечением в социальные проекты.

Социальные медиа, как один из видов цифрового взаимодействия, дают возможность популяризировать городскую агломерацию, формировать ее имидж как современной, но при этом сохраняющей свои традиции. Особенно важно использовать данный канал коммуникации для молодёжи, которая активно использует такие платформы, рассказывая в них про особенности

---

[332] Володченков С.В., Харичев А.Д., Селезнева А.В. Социальная архитектура: теория и практика социальных изменений. М.: Проспект, 2026. С.290.
[333] Ревуцкая Е.А., Рязанов А.В. Современные коммуникационные технологии и традиционное общество // Власть. 2012. №11. С.31-34.
[334] Федотова Л.Н. Связи с общественностью: теория и практика. 2-е изд. М.: Фак-т Журналистики МГУ, 2019.с.91.

культуры и традиций. Для сохранения и развития малых городов огромный потенциал имеет распространение пользовательского контента (User generated content), где участники делятся своим опытом из путешествий или рассказывают про родные места.

Социальные платформы способствуют вовлечению различных групп населения в обсуждение и решение социальных вопросов, формируют культуру участия. Примером такой вовлеченности могут быть группы и страницы в социальных сетях, где происходит публикация городских новостей в режиме онлайн, историй, фотографий, связанных с городом. В качестве примера для вовлечения жителей в создание контента можно предложить проведение конкурсов, где предлагается публикация фотографий достопримечательностей или исторических мест. Для увеличения трафика в каналах, возможно привлечение популярных блоггеров и медийных личностей. Это может быть особенно эффективно в коммуникационных кампаниях, где необходимо привлечь различные целевые аудитории.

На основании теории конвергентности и диффузии инноваций применительно к социальным сетям можно выделить следующие стадии изменения поведения.

1. Готовность к действию. Для того, что индивид выбрал новую модель поведения, его необходимо замотивировать, а возможные разочарования минимизировать. Информация следует представить в привлекательной форме и предложить варианты для начала обсуждения изменения паттернов поведения.

2. Создание благоприятных условий. Формулировка сообщения о преимуществах предлагаемого поведения является ключевой на этом этапе. Целесообразно предоставить ссылки на специализированные ресурсы, которые позволяют пользователю больше узнать о возможностях, преимуществах поведения. Высокую эффективность показали личные истории людей, которые они транслируют в социальных сетях.

3. Формулировка установки на совершение действия: на этом этапе необходимо помочь пользователю в выборе реалистичных целей и формулировки личных обязательств, которые он/она могут транслировать через социальные сети.

4. Обсуждение: предоставление обратной связи, мотивация участников КК к распространению своих историй успеха, обсуждение и тиражирование.

5. Приглашение: содействие сотрудничеству, т.е., поощрение пользователей приглашать и сотрудничать с другими для достижения больших результатов.

Исследователи социальных медиа отмечают важность такого канала коммуникации как «сарафанное радио», а именно необходимость передачи или социального влияния для распространения сообщения и повышения осведомленности[335].

Для повышения «привлекательности» кампании, важно следовать шести принципам виральности контента: социальная ценность (люди делятся тем, что заставляет их выглядеть хорошо в глазах других людей); триггеры (это часть повседневной жизни пользователей); эмоциональный резонанс (когда пользователям что-то небезразлично, они делятся этим с другими); публичность (идея или продукт созданы для демонстрации и для роста); практическая ценность (люди любят делиться практической или полезной информацией); и рассказывание историй (люди склонны делиться историями, а не информацией). Особую эффективность по результатам исследований социальных медиа показывают сообщения с эмоциональным подтекстом и запоминающейся сюжетной линией. Ученые поднимают проблему дифференциации каждой социальной сети при передаче истории, поскольку в разных платформах социальных сетей используются свои алгоритмы для продвижения контента. В КК целесообразно использовать различные платформы социальных сетей, где будет распространяться информация о решаемой проблеме[336], в случае КК по культурной идентичности жителей можно включить каналы VK, Max, Одноклассники и др.

---

[335] Vaynerchuk G. Crashing it. New York: Harper Publications. 2018.

[336] Fernandez M., Wippoo M., Piccolo L. Pro-Environmental Campaigns via Social Media: Analysing

В процессе формулировки информации важно учитывать простоту понимания, легкость запоминания, привлекательность и соответствие канала сообщению. Использование популярных образов, лидеров мнений и других символов могут инициировать повышенный интерес, но не всегда повышают осведомленность или вовлеченность в проблему. Эффективность коммуникационной кампании повышает привлечение лидеров общественного мнения в рамках выбранного территориального сообщества. Так, популярные пользователи с большим количеством вовлеченных подписчиков становятся ведущим фактором для распространения сообщения во время кампаний в социальных сетях[337].

Российский опыт проведения КК по сохранению культурной идентичности

Социальные сети и мессенджеры становятся хранилищами коллективной памяти. Жители малых городов создают группы, посвящённые истории родного края, публикуют старые фотографии, воспоминания и архивные документы. Например, в российских малых городах (таких как Углич, Касимов, Суздаль, Великий Устюг) активно функционируют сообщества «Наш город», «Старый альбом», «Память о малой Родине». Таким образом в социальных сетях формируется цифровой архив памяти.

С помощью социальных сетей можно значительно расширить образовательный охват культурного наследия, повысить информированность о культурно-исторических объектах, выставках и музеях. Такие социальные платформы позволяют местным сообществам создавать свои культурные нарративы и транслировать историческую память. В последнее время отмечается эффективность такого метода как рассказывание историй (story-telling) в цифровом

Awareness and Behaviour Patterns https://www.researchgate.net/publication/321243345_Pro-Environmental_Campaigns_via_Social_Media_Analysing_Awareness_and_Behaviour_Patterns/link/5ad710120f7e9b28593968fd/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19 (дата обращения 12.05.2026)

[337] Proskurnia, R. Mavlyutov, R. Prokofyev, K. Aberer, P. Cudr´e-Mauroux. Analyzing large-scale public campaigns on twitter. In International Conference on Social Informatics, pages 225–243. Springer, 2016.

формате. Инклюзивный характер социальных позволяет значительно увеличить воздействие социальных сетей на сохранение культуры.

Через визуальные нарративы, локальные мемы социальные сети способствуют созданию и продвижению малых городов, формируют уникальный образ города, укрепляя связь между жителями, а также повышают к нему интерес широкой аудитории. Прекрасными примерами возрождения и воссоздания в цифровом пространстве традиционных промыслов выступают фабрики Гжельской керамики и Федоскинской миниатюры. Эти примеры русского декоративно-прикладного искусства актуализировались в современном культурном дискурсе и привлекли к себе внимание в значительной степени благодаря активному присутствию в цифровом пространстве. Прикладное искусство Гжели, известное с XIV века, как центр керамического производства, на протяжении второй половины XX века сталкивался с проблемами снижения спроса, устаревания технологий и оттока квалифицированных кадров. В последние десятилетия наблюдается тенденция к переосмыслению гжельской традиции в контексте современного дизайна и культурного туризма. Другой промысел - Федоскинская миниатюра, зародившаяся в конце XVIII века, также был не востребован в XX веке. Однако благодаря работе по продвижению одной из старейших фабрик с начала 2010-х годов наблюдается рост интереса к федоскинским изделиям. Завод активно использует цифровые платформы для популяризации техники росписи, демонстрирует авторские работы и проводит виртуальные экскурсии. Включение молодых художников в цифровой контент имеет особое значение, потому что способствует формированию образа промысла как живой, развивающейся практики, а не музейного артефакта.

Исследование вышеназванных проектов, а также их коммерческой составляющей свидетельствует о быстром росте их популярности в случае использования цифровых платформ. Фабрики, бренды ведут аккаунты в мессенджерах телеграмм и Max и имеют в них значительные для данных каналов аудитории. На аккаунтах бренда демонстрируется не только коммерческие ролики, но и история ремесел, процесс изготовления и истории художников, что усиливает

эмоциональное вовлечение аудитории и расширяет её культурную осведомлённость.

Социальные сети имеют потенциал к масштабированию и легкую доступность, позволяющую сохранять значительную онлайн-аудиторию. Коммерческая популяризация традиционных промыслов через соцсети коррелирует с ростом интереса к культурному наследию, что подтверждается ростом числа подписчиков и активности в комментариях (например, запросы на экскурсии, мастер-классы). Цифровые технологии становятся стратегическим инструментом для сохранения культурной идентичности, обеспечивая синтез коммерческих и образовательных целей.

Цифровые платформы предоставляют уникальную возможность динамической корректировки коммуникационных стратегий, основанной на комплексном анализе количественных и качественных данных, а также обратной связи с целевой аудиторией. Это ключевой фактор их эффективности в условиях меняющихся потребительских предпочтений и культурных трендов. Например, Фабрика лаковой миниатюры «Федоскино» на основании высокой активности в комментариях к постам о биографиях художников запустила на своей платформе цикл интервью с мастерами, чем значительно повысила лояльность аудитории. Цифровые платформы не только расширяют охват культурных сообществ, но и становятся инструментом постоянного диалога между проектами и аудиторией. Благодаря гибкости аналитических механизмов становится возможным оперативно реагировать на изменения.

Таким образом, можно констатировать, что социальные сети могут быть эффективными механизмами ревитализации малых исторических городов, где активное ведение позволит привлечь различные слои населения.

Международный опыт проведения КК по сохранению культурной идентичности

Обратимся к международному опыту реализации социальных проектов по сохранению идентичности жителей малых городов и роли социальных медиа в этих кампаниях. Исчезновение малых городов и стирание памяти о них происходит в

различных странах Европы и Азии. Так, в целях сохранения наследия малых городов, в Италии были проведены комплексные коммуникационные программ для их возрождения[338], а проведенные исследования в Индонезии подчеркивают важность создания проектов по сохранению архитектурного наследия[339].

В ходе исследования, проведенного международной группой ученых[340] было выявлено, что поведение пользователей в социальных сетях на разных этапах коммуникационных кампаний существенно отличается. Сделанный авторами лингвистический анализ исследования тональности сообщений в социальных сетях позволяет отнести пользователей к конкретной стадии изменения поведения, прогнозировать тренды, а также осуществлять мониторинг состояния целевой аудитории по отношению к продвигаемым идеям.

Анализ примеров использования социальных сетей для сохранения культурного наследия демонстрирует многообразие каналов и форматов коммуникации с целевой аудиторией, а также сложность затронутых в них проблем. Так, за последние десятилетия в **Индонезии** в связи с идущими процессами глобализации были утрачены или повреждены значимые для культуры и идентичности региона объекты. С целью привлечения внимания к данной проблеме была разработана модель коммуникации, где наряду с использованием традиционных средств воздействия на аудиторию (мероприятия, конференции), акцент был сделан на цифровых платформах, сформированы механизмы

---

[338] Foppoli D. Cultural heritage as a resource for regional sustainable development: The example of the Valtellina Cultural District in Italy // Innovative Built Heritage Models. 2018. http://dx.doi.org/10.1201/9781351014793-20 https://www.researchgate.net/publication/330186004_Cultural_heritage_as_a_resource_for_regional_sustainable_development_The_example_of_the_Valtellina_Cultural_District_in_Italy (дата обращения 8.08.2025)

[339] Nursanty E. Balancing Heritage Preservation and City Branding: Prospects and Strategies for Vernacular Architecture in Indonesia / E. Nursanty, M. Husni, D. Rusmiatmoko // Journal of the International Society for the Study of Vernacular Settlements. – 2023. -Vol. 10., Is.6.- p. 50-68. https://isvshome.com/pdf/ISVS_10-6/ISVSej_10.6.5.pdf (дата обращения 8.08.2025)

[340] Fernandez M., Wippoo M., Piccolo L. Pro-Environmental Campaigns via Social Media: Analysing Awareness and Behaviour Patterns https://www.researchgate.net/publication/321243345_Pro-Environmental_Campaigns_via_Social_Media_Analysing_Awareness_and_Behaviour_Patterns/link/5ad710120f7e9b28593968fd/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19 (дата обращения 12.05.2026)

взаимодействия местных органов власти с населением через социальные сети и т.п. В популярных социальных медиа с целью сохранения культурного наследия была проведена коммуникационная кампания для повышения информированности населения «Космологическая ось Джокьякарты**»,** где цифровые платформы использовались как ключевые компоненты, позволяющие передавать сообщения через визуальный ряд (фотографии, видео и инфографику). Вовлеченности целевой аудитории способствовали также прямые эфиры, комментарии. Веб-сайт проекта стал ресурсным центром, где размещались исторические экскурсы, карты, календари событий и т.п. Подобный подход в коммуникационной кампании к сохранению культурного наследия позволяет перевести информационный процесс в динамичный интерактивный опыт с возможностью обратной связи. Проведённый нами анализ коммуникационной стратегии показал, что она не только создает фирменный стиль города и способствует продвижению туризма, а фокусируется прежде всего на сохранении традиций и несет глубокий философский и культурный смысл, значимый для жителей этих мест.

В исследовании коммуникационных инструментов как средств социальной инновации, проведенном **в Иране**, были рассмотрены четыре типа коммуникационных инструментов: социальные сети, социальные медиа, кампании и видеоконференции. Данные исследования показали, что «взаимосвязь между социальными сетями и активностью граждан высоко значима, со стандартизированным коэффициентом 0,84, что свидетельствует о сильном положительном влиянии социальных сетей. Связь между видеоконференциями и активностью населения оказалась незначимой, что указывает на отсутствие измеримого влияния этого коммуникационного инструмента в данном контексте»[341].

Проанализированная нами КК в **Таиланде** была проведена в сообществе Риверсайд, провинция Чантабури, Восточный Таиланд с последующей оценкой

[341]Farahani N., Hosseini J., Mirdamadi M., Najafabadi M. The role of communication tools in urban green space protection: A social innovation perspective from Karaj, Iran https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2577444125000255

эффективности распространения информации[342]. В качестве «концептуальной рамки для социального проекта исследователи использовали понятие публичной сферы, основанное на работах Хабермаса» [343]. На региональном уровне сообщество создало свои медиаресурсы и использовало социальные сети для продвижения себя и своих достопримечательностей в стране. Результаты этого исследования выявили ключевую роль местных СМИ в формировании местной культуры, где новые медиа зарекомендовали себя эффективным инструментом. Этот проект подтвердил предположение, сделанное Х. Рейнгольд[344] о том, «что утраченные традиционные элементы культур и ценности можно восстановить посредством общения между людьми в интернете».

Зарубежные ученые отмечают высокую эффективность гиперлокальных СМИ в КК, направленных на сохранение КИ. Под «гиперлокальным подходом подразумеваются мероприятия, проводимые на уровне местного сообщества, направленных на дополнение, изменение культурных форм и практик»[345]. Гиперлокальным СМИ проще охватить и привлечь местных жителей, предоставляя местные новости, освещая местную политику и вовлекая местных жителей в дела, актуальные для их региона. В КК использовались традиционные средства передачи информации – бюллетени, стенды и плакаты, цель которых была предоставить членам сообщества актуальную и значимую информацию об истории сообщества и памятниках архитектуры. В ходе исследования Хоули[346] были получены следующие результаты:

1. Локальные СМИ информируют членов сообщества о собраниях и мероприятиях.

---

[342] Youkongpun P. The Role of Community-Based Media in Strengthening, Preserving, and Promoting Identity and Culture: A Case Study in Eastern Thailand Athens Journal of Mass Media and Communications- Volume 1, Issue 3. P.197-210. https://www.athensjournals.gr/media/2015-1-3-3-Youkongpun.pdf

[343] Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Oxford: Polity, 1989.

[344] Rheingold H. The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. Cambridge: MIT Press, 2000.

[345] Howley K. Understanding Community Media. Los Angeles: Sage Publications, 2009

[346] Там же

2. Локальные СМИ лучше сохраняют идентичность и культуру. Высокий процент медиаконтента, посвященного истории сообщества (77%) свидетельствует о том, что члены сообщества сохраняют свои ценности, используя собственные медиа материалы.

3. Локальные СМИ играют гармонизирующую роль. Члены сообщества чувствуют себя объединенными, получая информацию о делах сообщества через одни и те же медиаканалы.

4. Локальные СМИ способствуют развитию туризма. Информация о достопримечательностях и туризме сообщества отправлялась из местных СМИ в федеральные.

5. Локальные СМИ являются гиперлокальными. Все в сообществе может стать новостью, и люди могут получить к ней доступ онлайн, не выходя из дома.

Восприятия места[347], по мнению ряда зарубежных ученых, может быть эффективно осуществлено через устную, цифровую коммуникация, включая социальные сети и онлайн-платформы. Онлайн-коммуникация играет особенно важную роль в повышении привлекательности местного сообщества, обеспечивая актуальность контента, доступность платформы и вовлеченность аудитории[348]. Участие сообщества в культурных фестивалях или совместных инициативах служит коммуникативной платформой, которая повышает узнаваемость места[349].

Коммуникационная стратегия рассказывание историй (story telling), которые приобретает все возрастающую роль, делает акцент на силе повествования в передаче ценностей, смыслов и идентичностей[350]. Она также может быть эффективным инструментом в социальных сетях. Предложенный формат работы в социальных сетях не просто передает информацию, а вызывает эмоции и имеет

---

[347] Braun E., Eshuis J., Klijn E. The effectiveness of place brand communication. Cities 41, 2014, 64–70. doi: 10.1016/j.cities.2014.05.007

[348] Beddaa M., Bentalha B. Optimizing local attractiveness through territorial digital communication // Sustainable and intelligent territorial marketing and entrepreneurship. eds. L. Alla, B. Alj and B. Bentalha (Hershey), 2024. C.159–192.

[349] Brokalaki Z., Comunian, R. Participatory cultural events and place attachment: a new path towards place branding? // Urban events, place branding and promotion: Place event marketing, 2019, c.63–85.

[350] Humairoh M. Building undergraduate students' cultural identity through digital storytelling // Commun. Teach. 37, 2023, c. 235–245. doi: 10.1080/17404622.2022.2127820

высокую эффективность воздействия[351]. Нарративы, созданные посредством рассказывания историй, уходят корнями в историю, традиции и коллективный опыт сообщества, которые затем трансформируются в общую культурную идентичность[352]. Эти нарративы формируют городскую идентичность, наполняют ее смыслом[353].

Культурное повествование выступает в качестве средства формирования идентичности места. Идентичность места не возникает естественным образом; это социально сконструированный процесс, который постоянно обсуждается[354]. Культурные нарративы усиливают этот процесс, предлагая символические рамки, которые коллективно принимаются как местными сообществами, так и внешней аудиторией. Таким образом, культурное повествование не только укрепляет внешний имидж города, но и культивирует внутреннее чувство принадлежности.

В практике стратегической коммуникации культурное повествование выходит за рамки создания нарративов и включает их трансформацию в различные коммуникативные формы, включая логотипы, слоганы, медиакампании и культурные фестивали. Таким образом, рассказывание историй функционирует не просто как дискурс, а как конкретная и многомерная коммуникационная стратегия. Ученые из **Бразилии** предлагают в коммуникационных кампаниях по сохранению идентичность использовать различные образы горожан. Городам необходимо

---

[351] Crespo C. F., Ferreira, A. G., Cardoso, R. M. The influence of storytelling on the consumer–brand relationship experience // J. Mark. Anal. 2023, Vol. 11, c. 41–56. doi: 10.1057/s41270-021-00149-0
Kemp E., Porter M. III, Anaza N. A. The impact of storytelling in creating firm and customer connections in online environments // Journal Res. Interact. Mark. 2021. Vol.15, c. 104–124. doi: 10.1108/JRIM-06-2020-0136

[352] Dutta U., Azad, A. K., Hussain, S. M. Counter storytelling as epistemic justice: Decolonial community-based praxis from the global south // Am. J. Community Psychol. 2022. Vol.69, c.59–70. doi: 10.1002/ajcp.12545

[353] Sen A., Silverman, L. Making place: Space and embodiment in the city. Bloomington: Indiana University Press, 2021.

[354] Kavaratzis M., and Hatch M. J. The elusive destination brand and the ATLAS wheel of place brand management // Travel Res. 2019. Vol. 60, 3–15. doi: 10.1177/0047287519892323

развивать свою сложную идентичность, чтобы привлекать активных граждан, способных раскрыть их потенциал[355].

Идентичность места не просто «создается», но и формируется в процессе взаимодействия местных сообществ, построения нарративов и символического представления. Кроме того, можно использовать искусственный интеллект и другие технологии, создавая цифровую экосистему[356].

Эффективность подобных коммуникационных кампаний возможно оценивать по параметрам, применяемым к традиционным каналам коммуникации (увеличение количество пользователей, число проведенных мероприятий и т.п). В случае с цифровыми платформами по метрикам вовлечённости (количество лайков, комментариев, репостов и времени, проведённого аудиторией на странице), позволяет оценивать реакцию целевой группы на тот или иной формат контента). Например, высокий уровень взаимодействия с постами о процессе создания изделий (например, видео о работе гжельских художников может стать сигналом для увеличения доли таких материалов в контент-плане. Также целесообразно использовать доступные программы для аналитики аудитории (данные о демографии, геолокации и поведении подписчиков). Например, через инструменты Yandex Analytics можно точечно настраивать сообщение под интересы различные сегменты. Обратная связь от аудитории, а именно комментарии, отзывы и запросы в директ-чате дают глубинное понимание мотивов и ожиданий пользователей.

Особое значение приобретает метод контент-анализа, который позволяет изучить наиболее популярные нарративы и тренды и использовать их в коммуникационной кампании по формировании идентичности жителей малого города. Кроме того, для изучения поведения местных сообществ, можно

---

[355] Radfahrer L., Pasqualin V. Communication Building City Identities: Communication as a Key Enabler for Dynamic Urbanism in Smart City Environments https://papers.iafor.org/wp-content/uploads/papers/city2017/CITY2017_36824.pdf

[356] Rosenblatt B., Dykstra, G. Integrating content management with digital rights management: Imperatives and opportunities for digital content lifecycles // GiantSteps Media Technology Strategies? 2003. https://www.giantstepsmts.com/whitepapers/CM_DRM_Integration_White_Paper.pdf

Lessig L. Free culture: How big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity. Penguin Press, 2004.

использовать методы, берущие начало от социометрической методологии, и получившие дальнейшее развитие в формате факторного анализа, замера межличностных связей и т.п.

Таким образом, коммуникационные кампании, использующие цифровые платформы, позволяют не только достичь целей повышения информированности, создания чувства причастности у индивидов, но и формируют местные сообщества, объединяя традиционные культурные ценности с современными методами коммуникации, создавая устойчивую модель сохранения культурного наследия в цифровую эпоху.

Сохранение идентичности малых городов — это сложная задача, требующая инновационного подхода. Современные технологии коммуникации позволяют организовать максимально эффективное взаимодействие между различными участниками, а цифровые платформы и социальные медиа открывают новые возможности для продвижения региональной культуры. На основании вышеизложенного методологического каркаса для КК, в основу которого легли теории конвергенции и диффузии инноваций, методические принципы использования социальных сетей для построения горизонтальных связей, проведенное социологическое исследований, выявившее связь архитектурных объектов с культурной идентичностью, мы предлагаем проект плана по проведению коммуникационной кампании для г. Осташков.

Интеграция цифровых платформ в коммуникационные кампании по сохранению малых городов позволяет доносить информацию о важности сохранения культурного наследия до различных групп населения. В данном канале коммуникации обеспечивается баланс между доступностью знаний и возможной образовательной глубиной. Социальные сети, позволяют успешно соединять визуальный контент, инфографику и тексты, привлекая прежде всего молодую аудиторию, но представляют интерес и для других возрастных групп. Использование и новых, и традиционных средств коммуникации формирует многоканальность воздействия в коммуникационных кампаниях, обеспечивая тем самым включенность различных групп населения. Кроме всего, цифровые

платформы формируют цифровой архив памяти, являются механизмом сохранения культурного дискурса, вовлечения различных групп населения в процесс формирования культурной идентичности.

Использование цифровых платформ с точки зрения управления позволяет повысить социальную активность, сохранить материальное и нематериальное культурное наследие, привлечь всех заинтересованных лиц, начиная от представителей государственных структур до обычных граждан для решения важных социально значимых задач.

Выводы § 3.2.

Сформулированные нами на основе теории конвергентного взаимодействия и поэтапного изменения поведения методические приемы проведения коммуникационных кампаний, позволяют транслировать культурную идентичность через эмоционально насыщенные сообщения, визуальные нарративы, специфические для целевых аудиторий.

Социальные сети, используемые в коммуникационной кампании, при учете предложенного нами теоретического каркаса, выступают не просто информационными каналами, а механизмом формирования общественного мнения. Они способствуют консолидации местных сообществ в малых исторических городах и обеспечивают диалог между жителями. Проанализированные нами коммуникационные кампании по продвижению российских традиционных промыслов в коммерческих и некоммерческих целях показали эффективность их воздействии на целевую аудиторию.

При анализе зарубежных коммуникационных кампаний было выявлено, что наиболее эффективными методиками стали рассказывание личных историй (storytelling), привлечения лидеров мнений, а также в целом использования социальных сетей для развития проектов по сохранению культурных объектов.

Для актуализации историко-архитектурного наследия, привлечения молодежной аудитории, формирования эмоциональной привязанности к месту необходимо интегрировать инновационные инструменты в управленческую

практику. Метрики вовлечённости и мониторинг обратной связи позволяет корректировать коммуникационные стратегии для конструирования культурной идентичности.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данная работа посвящена раскрытию коммуникационно-управленческих аспектов сохранения культурной идентичности малых исторических городов в России. В ходе анализа данной темы мы обращаемся к теоретико-методологическим основаниям рассмотрения данной темы в социологии.

В главе 1 §1.1. мы выделили ключевые теоретические подходы в области социологии архитектуры и теории градостроительства и определили их эпистемологический потенциал для анализа культурной идентичности малого исторического города. Так «пространственный» и «материальный» повороты в социологии архитектуры позволяют расширить предметное поле этой специальной социологической теории, создав условия для включения в него малые исторические города, где архитектурно-планировочная среда выступает актором конструирования культурной идентичности.

В работе раскрыто положение о том, что градостроительная среда, памятники архитектуры и общественные пространства выступают не только материальными объектами, а являются символами, конструирующими культурную идентичность жителей малых городов.

Социология архитектуры как теория среднего уровня создает теоретико-методологический каркас для изучения культурной идентичности жителей малых исторических городов России.

В главе 1 в §1.2. анализируются различные подходы, формирующие поле исследования идентарности в контексте малых исторических городов. Изучение дискурса идентичности позволило нам сфокусироваться на социологическим видении (детерминированности поведения) в соединении с психологическим подходом для операционализации понятия культурная идентичность жителей малого исторического города. В нашем исследовании мы выделяем три уровня идентичности индивида с городом: фактическую; функциональную; и культурную идентичность. Последнюю мы определяем как осознанный уровень самоидентификации, формирующийся через когнитивную и эмоциональную

интернализацию исторического ландшафта (в том числе градостроительного плана) и архитектурных объектов.

В Главе 2 §2.1. применен междисциплинарный подход к изучению культурной идентичности на примере малого исторического города Осташков. Результаты градостроительного анализа выявили существенный дисбаланс между наличием ценных архитектурных объектов и актуальным использованием их как материальных носителей культурной идентичности, что обусловлено рядом факторов, в том числе недостаточно развитой системой транспортного сообщения. Исследование исторического ядра г. Осташкова продемонстрировало, что пространственно-планировочная структура и система архитектурных доминант выступают не просто физическим каркасом территории, а материализованным носителем культурных смыслов, которые задают параметры для социологического изучения идентичности. Выявление и топографическая фиксация ключевых архитектурных доминант и якорных точек позволяет в социологическом исследовать понятие «культурная идентичность», выявить конкретные пространственные маркеры, вокруг которых конструируются локальные нарративы исторических объектов и символические привязки горожан.

В §2.2. описана созданная нами методика измерения уровня культурной идентичности жителей малого исторического города на основе синтеза градостроительного анализа и социологического исследования.

Проведенное исследование подтвердило гипотезу о том, что материальная среда малого исторического города, представленная архитектурными объектами, выступает фактором, формирующим культурную идентичность жителя: чем выше степень символического распознавания наследия и пространственной доступности исторической среды, тем сильнее выражена осознанная культурная идентичность респондента.

Практическая значимость данных исследований заключается в их использовании для отслеживания поколенных аспектов отношения жителей к территории проживания, а также динамики отношения к городу; оценки влияния

внешних переменных, таких как удовлетворенность инфраструктурой, городской средой на уровень культурной идентичности.

В исследовании были получены результаты о предпочтительных каналах коммуникации, отношении жителей г. Осташков к реставрации архитектурных объектов, которые позволяют разрабатывать коммуникационные механизмы с целью воздействия на знания, установки и поведение людей. Они также служат эмпирической базой для принятия управленческих решений, направленных на изменение установок по отношению к городу, формирование культурной идентичности и чувства патриотизма.

В Главе 3 § 3.1. выделены и проанализированы наиболее эффективные теории, которые формируют методологический каркас для проектирования коммуникационной кампании. Конвергентная модель коммуникации позволяет перейти от атомизированного изучения индивидов к диагностике структуры взаимосвязей, выявлению точек конвергенции и дивергенции, а также отслеживанию циркуляции смыслов внутри сообщества. В контексте КК по формированию культурной идентичности жителей малых городов – это предполагает акцент на формировании сообществ и циркуляции в них информации с последующей выработкой ценностей, разделяемых большинством членов этого сообщества.

В качестве методологических принципов проведения КК по сохранению культурной идентичности жителей малых исторических городов мы предлагаем многоканальность воздействия на целевую аудиторию, включая традиционные и инновационные каналы; привлечение лиц, принимающих решения, а также многоцелевую стратегию использования мест.

В §3.2. проанализированы методические приемы проведения коммуникационных кампаний, опирающиеся на принципы конвергентного взаимодействия, поэтапного изменения поведения, которые позволяют транслировать локальные культурные коды через эмоционально насыщенные сообщения и визуальные нарративы, специфические для целевых аудиторий.

Социальные сети выступают не просто информационными каналами, а механизмом формирования общественного мнения и консолидации местных сообществ в малых исторических городах, обеспечивая диалог между жителями. Использование социальных сетей в российских коммерческих и некоммерческих проектах показало их эффективность в воздействии на целевую аудиторию.

Интеграция данных инструментов в управленческую практику способствует актуализации историко-архитектурного наследия, формированию устойчивой эмоциональной привязанности к месту и осознанную причастность к его развитию.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ И ЛИТЕРАТУРЫ

1. Авилов Г. М., Кранзеева Е. А., Яницкий Л. С. Региональная идентичность молодежи и проблема формирования имиджа региона // Профессиональное образование в России и за рубежом. 2019. № 1 (33). С. 110–119.

2. Бандура А. Теория социального научения. СПб.: Евразия, 2000.

3. Барчугова Е.В., Рочегова Н. Социология архитектуры // Architecture and Modern Information Technologies. 2018. №3(44). С. 377-391.

4. Благовидова Н.Г., Юдина Н.В. Скрытый потенциал малых городов // Academia. Архитектура и строительство. 2021. №1. с.92-101.

5. Благовидова Н.Г., Мышкина А.П., Юдина Н.В. Креативный потенциал в устойчивом развитии малых исторических поселений DOI: 10.24412/cl-35672-2021-1-0016 https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnyy-potentsial-v-ustoychivom-razvitii-malyh-istoricheskih-poseleniy/viewer ((дата обращения 12.05.2026)

6. Бердяев Н. А. Русская идея: основные проблемы русской мысли XIX века и начала XX века // О России и русской философской культуре: Философы русского послеоктябрьского зарубежья. Москва: Наука, 1990.

7. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. М.: Медиум, 1995.

8. Бодрийяр Ж. Архитектура: Правда или Радикальность // Социология архитектуры. М.: Фонд «Русский авангард», 2010. С.313-388.

9. Бочаров Ю.П., Жеблиенок Н.Н., Жеблиенок М.А. Теория градостроительства как система научных знаний в работах российских инженеров и архитекторов XX века // Architecture and Modern Information Technologies. 2017. №4(41). С. 219-230. http://marhi.ru/AMIT/2017/4kvart17/16 bocharov zheblienok/index.php (дата обращения 12.05.2026)

10. Бургин М.С., Кузнецов В.И. Что должно входить в состав специальной социологической теории? // Вест. Моск. Ун-та. Сер. 18. Социология и политология. 1996. №1. С. 11-24.

11. Бурдье П. Практический смысл / пер. с франц. А.Т. Бикбов, К.Д. Вознесенская, С.Н. Зенкин, Н.А. Шматко. СПб.: Алетейя, 2001.

12. Бычков Д.А., Павленко К.К., Выборов А.В. Методический семинар «Сохранение объектов археологического наследия Российской Азии: результаты и тенденции» // Вестник НГУ. Серия: История, филология. 2020. Т.19. №3. С.160-164.

13. Вершинина И.А. Социология города и урбанизации. М.: Изд-во МГУ, 2025.

14. Вершинина И.А. Современные теории города: социологический анализ. М.: Канон, 2019.

15. Визгалов Д.В. Брендинг города. М.: Институт экономики города, 2011.

16. Визгалов Д.В. Маркетинг города. М.: Фонд «Институт экономики города», 2008.

17. Вильковский М.Б. Социология архитектуры. М.: Фонд «Русский авангард», 2010.

18. Володченков С.В., Харичев А.Д., Селезнева А.В. Социальная архитектура: теория и практика социальных изменений. М.: Проспект, 2026.

19. Воробьева И. Н. Территориальная идентичность населения: методика эмпирического измерения // Siberian Socium. 2022. Том 7. № 1 (23). С. 29-44.

20. Выступление Премьер-министра РФ М. Мишустина на форуме в Казани «Развитие малых городов и исторических поселений» http://government.ru/news/55993/ (дата обращения 10.10.2025)

21. Вятчанина Т.Н. Изучение идентичности малых русских городов как предмет изучения и поддержания /Т.Н. Вятчанина, В.А. Постолаки, Н.Е. Антонова, А.С. Щенков // Архитектура: наследие, традиции и новации. Материалы международной научной конференции 26-27 февраля 2019. https://archi.ru/elpub/92011/identichnost-malykh-russkikh-istoricheskikh-gorodov-kak-predmet-izucheniya-i-podderzhaniya (дата обращения 8.08.2025)

22. Гавра Д.П. Понятие и характеристики коммуникационной стратегии. https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-i-harakteristiki-kommunikatsionnoy-strategii/viewer (дата обращения 12.05.2026).

23. Гавра Д. П., Шишкин Д.П. PR-кампании: методология и технология. / Д.П. Гавра, Д. П. Шишкин. - СПб: Роза мира, 2004.

24. Галашевич А.А. Город Осташков // Галашевич А.А. Художественные памятники Селигерского края. М., 1983. С.15-72.

25. Глазычев В.Л. Глубинная Россия: 2000-2002. М.: Новое издательство, 2003.

26. Глазычев В.Л. Социология архитектуры – какая и для чего? // Сборник Союза архитекторов СССР «Зодчество». 1978. №2 (21).

27. Головнева Е. В. Формы дискурсивной репрезентации городской идентичности // Социология власти. 2014. № 2. С. 56–64.

28. Голоухова Д.В. Особенности пространственной культуры современной Москвы // Вестник МГИМО. 2015. С. 141-149. https://elibrary.ru/download/elibrary_23676377_12441384.pdf (дата обращения 12.05.2026)

29. Горнова Г. В. Визуально-семиотические аспекты городской идентичности // Праксима. 2019. № 21(3). С. 62–74.

30. Горнова Г.В. Структура городской идентичности // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2018. № 3(20). С. 14–16.

31. Городские асимметрии: политики, практики и репрезентации / О. Е. Бредникова, Е. П. Евдокимова, Г. В. Еремичева [и др.] ; отв. ред. Е. В. Тыканова ; ФНИСЦ РАН. М., СПб .: ФНИСЦ РАН, 2024. 264 с.

32. Горожанин: что мы знаем о жителе большого города? М.: Институт медиа, архитектуры и дизайна «Стрелка», 2017.

33. Градосельская Г.В. Анализ социальных сетей. Автореферат на соискание степени кандидата социологических наук. М. 2001

34. ГОСТ Р 59124-2020. Сохранение объектов культурного наследия. Москва: Стандартинформ, 2020.

35. Градостроительный кодекс Российской Федерации: федеральный закон от 29.12.2004 № 190-ФЗ (ред. от 30.01.2026).

36. Делитц Х. Архитектура в социальном измерении // СОЦИС. 2008. № 10. С. 113–120.

37. Дзялошинский И.М. Медиатизация культуры в цифровой цивилизации. Учебное пособие. М.: Ай Пи Ар Медиа, 2022.

38. Дридзе Т.М. Коммуникативные механизмы культуры и прогнозно-проектный подход к выработке стратегии развития городской среды // Город как социокультурное явление исторического процесса. М.: Наука, 1995.

39. Дудина В.И. «Пересборка социологии»: цифровой поворот и поиски новой теоретической оптики // Социологические исследования. 2021. №11. С.3-11.

40. Дубилер Г.Д. Планировка городов. Отдельные оттиски из журнала «Городское дело». СПб. 1910.

41. Дягилева Н. С., Журавлева Л. А. Городская идентичность: понятие, структура, основы формирования // Социология города. 2012. № 1. С. 46–61.

42. Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение. М.: Юрайт, 2024.

43. Есаулов Г.В. Об идентичности в архитектуре и градостроительстве // Academia: Архитектура и строительство. 2018. С. 12-18.

44. Зарубина Н.Н. Храмовое сознание и хозяйственная жизнь России / Н.Н. Зарубина // Храм земной и небесный. Вып. 2 / Сост. и авт. предисл. Ш.М. Шукуров. М.: Прогресс-Традиция, 2009. С. 201-241.

45. Зарубина Н.Н., Носкова А.В. Образы России: Размышляя об эпохах перемен // Полис. Политические исследования. 2019, №2, с.173-183. https://doi.org/10.17976/jpps/2019.02.13

46. Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002. №3-4.

47. Зиммель Г. Избранное. Проблемы социологии / Сост. С.Я. Левит. М.; СПб.: Университетская книга, Центр гуманитарных инициатив, 2015.

48. Зитте К. Художественные основы градостроительства. Москва: Стройиздат, 1991.

49. Идентичность: Личность, общество, политика. Энциклопедическое издание / отв. ред. И.С. Семененко. Москва: Изд-во «Весь мир», 2017.

50. Иконников А.В. Пространство и форма в архитектуре и градостроительстве. М.: Ком-Книга, 2006.

51. Иконников А.В. Тысяча лет русской архитектуры. М.: Искусство, 1990.

52. Ильина И. Трансформация подходов к развитию «умного города» / И. Ильина, М.М. Коно. - Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2023. Doi:10.17323/978-5-7598-2579-1

53. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. под науч. ред. О.И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000.

54. Кастельс М. Власть коммуникации. М.: Издательский дом ВШЭ, 2023.

55. Кияненко К.В. Архитектура и социология как тела взаимного притяжения // Академия. Архитектура и строительство. 2020. С.59-67.

56. Кияненко К.В. Парадигмы социального знания и обоснования в архитектуре // СОЦИС. 2018. №9. С.30-39.

57. Конецкая В.П. Социология коммуникаций. М.: Международный Университет бизнеса и управления «Братья Карич», 1997.

58. Кондаков А.Н., Костылева А.А. Цифровая идентичность, цифровая самоидентификация, цифровой профиль: постановка проблемы / А.Н. Кондаков, А.А. Костылева // Вестник РУДН. 2019. Vol 16 (3). С. 207-218. https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovaya-identichnost-tsifrovaya-samoidentifikatsiya-tsifrovoy-profil-postanovka-problemy/viewer (дата обращения 8.08.2025)

59. Коршунов А., Белобородов И., Бузун Н., др. Анализ социальных сетей: методы и

приложения https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-sotsialnyh-setey-metody-i-prilozheniya/viewer (дата обращения 10.10.2025)

60. Крашенинников А.В. Макро-пространства городской среды // Architecture and Modern Information Technologies. 2016. № 3(36).

61. Крашенинников А.В. Мезо-пространства городской среды // Architecture and Modern Information Technologies. 2015. № 4(33).

62. Крашенинников А.В. Микро-пространства городской среды // Architecture and Modern Information Technologies. 2014. № 4(29).

63. Крашенинников А.В. Социально-пространственная структура пешеходного пространства // Architecture and Modern Information Technologies. 2012. № 4(21).

64. Кравченко С. А. Развитие предмета социологии: от монодисциплинарности к меж- и постдисциплинарности // Социологические исследования. 2020. № 3. С. 16–26.

65. Кравченко С.А. Социологическая диагностика синергийных сложностей современной России. Москва: Издательство МГИМО «Университет», 2024.

66. Кравченко С.А. Синергия в социальных процессах. М.: ИнфраМ, 2025.

67. Крупкин П.Л. К вопросу о «гражданской религии» РФ: локальные идентичности Ростова-на-Дону и Ярославля // Социология религии в обществе Позднего Модерна: сб. статей. Белгород, 2014. С. 29–35.

68. KPI в SMM: метрики соц сетей https://markway.ru/blog/kpi-v-smm-metriki-effektivnosti-v-soczsetyah/(дата обращения 13.10.2025)

69. Култыгин В.П. Современные зарубежные социологические концепции. М.: «Союз», 2000.

70. Ле Корбюзье. Когда соборы были белыми. Путешествие в край нерешительных людей. Москва: Ад Маргинем Пресс, Музей современного искусства «Гараж», 2019.

71. Лихачев Д.С. Заметки и наблюдения. СПб: Азбука, 2017.

72. Литвина С.А., Муравьева О.И. Опросник идентичности с городом: разработка, валидизация, проверка надежности // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2018. Том 8, № 1.

73. Лукьянов О. В. Проблема становления идентичности в эпоху социальных изменений. Томск: Изд-во Том. ун-та, 2008.

74. Лурье С.В. Психологическая антропология. История, современное состояние, перспективы. Москва: Академический Проект, 2020.

75. Лысак, И. В. Идентичность: сущность термина и история его формирования / И. В. Лысак // Вестник Томского государственного университета.

Философия. Социология. Политология. 2017. № 38. URL: http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000582827 (дата обращения 07.09.2025)

76. Малые города в социальном пространстве России: монография / [А. Ю. Ардальянова, П. В. Бизюков, Р. Г. Браславский и др.]; отв. ред. В. В. Маркин, М. Ф. Черныш; предисл. ак. М. К. Горшков. М.: ФНИСЦ РАН, 2019.

77. Медведева А.Н., Ларионова В.А. К проблеме сохранения культурно-исторического и природного наследия малых городов как основы стратегического развития. https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/60209/1/978-5-7996-2406-4_01_19.pdf (дата обращения 12.05.2026)

78. Метрики соцсетей https://roistat.com/rublog/metriki-socsetej/ (дата обращения 13.10.2025)

79. Местные сообщества в цифровую эпоху: монография / М.С. Байнова, Е.В. Фролова, Е.С. Хаценко [и др.]; под ред. М.С. Байновой. СПб.: Scientia, 2026.

80. Морозова В.В., Улько Е.В. Локальная идентичность: формы актуализации и типы // ПОЛИТЭКС: Политическая экспертиза. 2008. Т.4. №4. С.140.

81. Мулеев Е.Ю. Архитектура и социология в СССР: опыт взаимодействия // СОЦИС. 2014. № 12. С.111-120.

82. Муравьева О. И., Литвина С. А., Богомаз С. А. Средовая идентичность: содержание понятия // Сибирский психологический журнал. 2015. № 58. С. 136–148.

83. Назарова М.П., Карчагин Е.В., Баркова А.Ю. Социология архитектуры. Учебное пособие. Волгоград: ВолгГТУ, 2021.

84. Национальный доклад «Развитие городов: лучшие практики и современные тенденции». М.: КЕМ, 2011.

85. Оплетина И. А., Белоусова Н. А. Выраженность компонентов гражданской идентичности у жителей разных регионов России // Общество: социология, психология, педагогика. 2021. № 6. С. 89–93.

86. Пакшина И.А. Исследование городской идентичности в интернет-сообществах (по результатам качественного анализа) // Сетевой журнал. Научный результат. Социология и управление. – 2020. - Том 6. https://rrsociology.ru/journal/article/2079/ (дата обращения 8.08.2025)

87. Парк Р. Город как социальная лаборатория // Рабочие тетради по истории и теории социологии. Рига: Издательство PolyCo, 1992.

88. Пешкова В.М. Этнокультурный брендинг как фактор развития российских малых городов // Социокультурный потенциал малых городов России: сборник статей / Отв. ред. М. Ф. Черныш, В. В. Маркин.– М. : ФНИСЦ РАН, 2022. С.128-142.

89. Печеркина И. Ф., Кошкина А. А., Хузяхметов Р. Р. Территориальная идентичность в социальном пространстве // Вестник Тюменского государственного университета. Социально-экономические и правовые исследования. 2021. Том 7. № 4 (28). С. 85–101.

90. Пермиловская А.Б. Культурные смыслы народной архитектуры Русского Севера. Екатеринбург: УрО РАН; Архангельск: ОАО «ИПП «Правда Севера»; Ярославль: ЯГПУ им. К.Д. Ушинского, 2013.

91. Перькова М.В., Ладик Е.И., Грачева А.А. и др. Формирование водного фасада населенных пунктов устья реки Волхов в Ленинградской области // Вестник БГТУ им. В.Г. Шухова. 2025. № 4. С. 96–111.

92. Покровский Н.Е., Никишина Е.А., Макшанчикова А.Ю. Что после города? Перспективы сельско-городского жизненного пути // Человек. 2022. Том 33 (5). С. 44-62.

93. Покровский Н.Е. Драма жизни художника Антона Куманькова: преодоление и уход или «я слышу цвет» // Метаморфозис. 2025. Том 9 (№). С.127-144.

94. Постановление Правительства РФ от 7 марта 2018 г. N 237 "О предоставлении и распределении средств государственной поддержки из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации для

поощрения муниципальных образований - победителей Всероссийского конкурса лучших проектов создания комфортной городской среды".

95. Постановление Правительства Тверской области от 29.11.2022 № 668-пп "Об утверждении генерального плана Осташковского городского округа Тверской области".

96. Рабочие тетради по истории и теории социологии. Вып.1. Рига: PolyCo, 1992.

97. Раицкая Л.К., Тихонова Е.В. Обзор обзоров как инструмент выявления трендов в исследуемой области знания // Высшее образование в России. 2020. Т. 29. № 3. С. 37–57.

98. Райт Ф.Л. Исчезающий город / Пер. с англ. Москва: Strelka Press, 2016.

99. Радина Н.К. Город в пространстве и времени: проблемы территориальной идентичности в контексте социально-экономических изменений. Нижний Новгород: ДЕКОМ, 2015.

100. Ревзин Г.И. Как устроен город: 36 эссе по философии урбанистики. М.: Strelka Press, 2021.

101. Ревуцкая Е.А., Рязанов А.В. Современные коммуникационные технологии и традиционное общество // Власть. 2012. №11. С.31-34.

102. Саваренская Т.Ф., Рапутов Л.Б., Бондоренко И.А., Шевченко М.Ю. История градостроительного искусства. М.: Архитектура-С., 2019.

103. Санчес Л.М. Купола, дворцы, ДК. История и смыслы архитектуры России. М.: Individuum, 2024.

104. Свод Правил Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений» (СП 42.13330.2016), https://docs.cntd.ru/document/456054209 (дата обращения 8.08.2025)

105. Скалабан И. А., Серебрянникова О. А. Территориальная идентичность как фактор социального участия: поколенный контекст // Идеи и идеалы. 2014. № 1(19). С. 65–74.

106. Смирнов П.И. Национальная идентичность, национальный характер и национальный менталитет: понятия и факторы формирования // Интелрос. 2015. № 4.

107. Смирнов О.О. Потенциал развития секторов экономики малых городов России: современные тенденции / О.О. Смирнов, В.А. Безвербный // Социум и власть.- 2022.- №1. - С.62-74. https://cyberleninka.ru/article/n/potentsial-razvitiya-sektorov-ekonomiki-malyh-gorodov-rossii-sovremennye-tendentsii/viewer (дата обращения 8.08.2025)

108. Социокультурный потенциал малых городов России: сборник статей / отв. ред. М. Ф. Черныш, В. В. Маркин. М.: ФНИСЦ РАН, 2022.

109. Социальный активизм здоровья: вопросы теории и практики: коллективная монография / под ред. В.И. Дудуиной, О.И. Бородкиной. Санкт-Петербург: Скифия-принт. 2024.

110. Социология культуры: краткий словарь / под науч. ред. Н.В. Туленкова. Киев: ИПК ГСЗУ, 2011.

111. Сорокин П.А. Социальная и культурная динамика. М.: Астрель, 2006.

112. Стефаненко Т.Г. Этнопсихология. Москва: Институт психологии РАН, «Академический проект», 1999.

113. Стригалев А.А. Основы теории советской архитектуры. М.: Центральный научно-исследовательский институт теории и истории архитектуры, 1974.

114. Титков А.С. Социология архитектуры: кирпичи для сборки. Рецензия на книгу: Вильковский М.Б. (2010) Социология архитектуры, М.: Фонд «Русский авангард» // Социология власти. 2017. Т.29. №1. С. 233-257.

115. Титков А.С. Социологи и архитекторы: два пути к новым онтологиям // Социология власти. 2017. Т.29. №1. С. 8-18.

116. Ткаченко А.А. Территориальная общность в региональном развитии и управлении. Тверь: ТГУ, 1995. 155 с.

117. Федеральная служба государственной статистики: официальный сайт.

118. Федеральный закон "Об общих принципах организации местного самоуправления в Российской Федерации".

119. Федотова Л.Н. Связи с общественностью: теория и практика. 2-е изд. М.: Фак-т Журналистики МГУ, 2019.

120. Федотова Н.Г. Внутренний потенциал городской идентичности // Общество. Среда. Развитие. 2023. №3. С. 130–133.

121. Федотова Н.Г. Формирование городской идентичности: факторный и институциональный аспекты // Журнал социологии и социальной антропологии. 2017. № 20(3). С. 32–49.

122. Федотова Н.Н. Теоретическая рефлексия динамики идентичности: формирование процессуальной теории: дис. ... д-ра социол. наук. 2013.

123. Федотова Н.Г. Формирование городской идентичности: факторный и институциональный аспекты. Журнал социологии и социальной антропологии, 2017, 20(3): 32–49.

124. Филиппов А.Ф. Социология пространства. СПб: «Владимир Даль», 2008.

125. Флорида Р. Новый кризис городов. М.: Издательская группа точка, 2018.

126. Фролова Е.В., Рогач О.В. Местные сообщества в городском пространстве: новые смыслы и деструкции // Вопросы философии. 2025. №5. С.47-57;

127. Хан-Магомедов С.О. Архитектура советского авангарда. Проблемы формообразования. Мастера и течения. М.: Стройиздат, 1996.

128. Хан-Магомедов С.О. Национальное и интернациональное в архитектуре. М.: Центральный научно-исследовательский институт теории и истории архитектуры. 1974.

129. Хафизов И.Х. Наличники. Центральная Россия. М.: АСТ, 2025.

130. Чапля Т.В. Архитектурное пространство как способ моделирования человеческого поведения // Вестник Томского государственного университета. Серия: Культурология и искусствоведение.

131. Чернявская О.С. Изучение идентичности горожан // Вестник Нижегородского Государственного университета. Серия: Социальные науки. 2012. №2(26). С. 96-102.

132. Чернявская О.С. Нижний Новгород глазами нижегородцев: внутренний образ города // Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2013. № 1 (29). С. 69–76.

133. Чикагская школа социологии. Сборник переводов. М.: ИНИОН РАН, 2015.

134. Чумиков А.Н., Бочаров М.П. Связи с общественностью: теория и практика. М.: Изд-во Дело, 2006.

135. Чумиков А.Н. Коммуникационные кампании. / А.Н. Чумиков Москва: Аспект-Пресс, 2014. -157 с.

136. Шубенков М.В., Царев А.И. Малый город: поиск стратегии выживания // Academia. Архитектура и строительство. 2014. № 2. С. 63-68.

137. Шишкин Д.П., Гавра Д.П., Бровко С.Л. PP кампании: методологии и технологии. СПб.: Роза мира, 2004.

138. Эко У. Отсутствующая структура: Введение в семиологию / пер. А. Погоняйло и В. Резник. СПб.: Петрополис, 1998.

139. Эриксон Э. Идентичность: юность и кризис / Пер. с англ. Общ. ред. и предисл. А. В. Толстых. Москва: Издательская группа «Прогресс», 1996.

140. Якишин С.В. Культурно-коммуникационное пространство современного города: идентификация личности: автореф. дис. ... канд. филос. наук. Саранск, 2013.

141. Яницкий О.Н. Малые города России: междисциплинарный анализ // Научный результат. Социология и управление. 2018. Том 4. №4.

142. Яницкий О. Н. Метаболическая концепция современного города // Социологическая наука и социальная практика. 2013. № 3 (3). С. 6–32.

143. Яницкий О.Н. Урбанизация XXI века: некоторые вопросы теории [Электронный ресурс] // Официальный портал ФНИСЦ РАН. – 2020. – 13 стр. URL: http://www.isras.ru/publ.html?id=7708 (дата обращения 12.05.2026)

144. Яргина З. Н., Хачатрянц К. К. Социальные основы архитектурного проектирования: учеб. для вузов. М.: Стройиздат, 1990.

145. Anderson B. Imagined communities: Reflections on the origin and spread of nationalism. London: Verso, 1983.

146. Anholt S. Anholt nation brands index: how does the world see America? // Journal of Advertising Research. 2005. Vol. 45. P. 296–304.

147. Anholt S. The Anholt-GMI city brands index: how the world sees the world's cities // Place Branding. 2006. Vol. 2. P. 18–31.

148. Appadurai A. Modernity at large: Cultural dimensions of globalization. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.

149. A Avcu, K. M., & Kocoglu, E. (2025). Preservation of Cultural Identity in Digital Ecosystems. Education Quarterly Reviews, 8(1), 46-62. URL: https://www.asianinstituteofresearch.org/ (дата обращения 27.10.2026)

150. Banini T. Towards a Methodology for Constructing Local Territorial Identities // Territorial identities in action. Cluj-Napoca: Presa Universitara Clujeana, 2021. P. 13–39.

151. Bandura A. Social Cognitive Theory of Self-Regulation // Organizational Behaviour and Human Decision Processes. 1991. Vol. 50. P. 248-281.

152. Baur N. Process-oriented micro-macro-analysis. Methodological reflections on Elias and Bourdieu // Historical Social Research. 2017. Vol. 42(4). P. 43-74.

153. Baur N., Ernst S. Towards a process-oriented methodology. Modern social science research methods and Norbert Elias' figurational sociology // The Sociological Review. 2011. Vol. 59. P. 117-139.

154. Baur N., Hering L. Learning from the past. How local economic conventions influence responses to global crises // Human Figurations: Long-term Perspectives on the Human Condition. 2017. Vol. 6(2).

155. Beddaa M., Bentalha B. Optimizing local attractiveness through territorial digital communication // Sustainable and intelligent territorial marketing and entrepreneurship. Hershey, 2024. P. 159–192.

156. Berger J. Defining Key Behaviours. 2013.

157. Berlo D. The Process of Communication. An Introduction to Theory and Practice. New York: Holt, Reinhart and Winston, 1960.

158. Bernardo F., Palma-Oliveira J. M. Place identity, place attachment and the scale of place: the impact of place salience // Psychology. 2013. Vol. 4. P. 167–193.

159. Berry J. W. Immigration, acculturation, and adaptation // Applied Psychology: An International Review. 1997. Vol. 46(1). P. 5-34.

160. Block E., Lovegrove R. Discordant storytelling, 'honest fakery', identity peddling: how uncanny CGI characters are jamming public relations and influencer. 2021.

161. Boyd D. It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens / D. Boyd. – New York: Yale University Press. 2014.

162. Braun E., Eshuis J., Klijn E.-H. The effectiveness of place brand communication // Cities. 2014. Vol. 41. P. 64–70.

163. Brokalaki Z., Comunian R. Participatory cultural events and place attachment: a new path towards place branding? // Urban events, place branding and promotion. 2019. P. 63–85.

164. Castells M. The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. II. Oxford: Wiley-Blackwell, 2010.

165. Crespo C. F., Ferreira A. G., Cardoso R. M. The influence of storytelling on the consumer–brand relationship experience // Journal of Marketing Analytics. 2023. Vol. 11. P. 41–56.

166. Delitz H. Les germes de la sociologie de l'architecture chez les pères fondateurs de la sociologie // Espaces et Sociétés. 2010. Vol. 142(2). P. 79-94.

167. Denison E., Beech D. How to read skyscrapers. NY: Rizzoli, 2019.

168. Dono J., Webb J., Richardson B. The relationship between environmental activism, pro-environmental behaviour and social identity // Journal of Environmental Psychology. 2010. Vol. 30. P. 178–186.

169. Dutta U., Azad A. K., Hussain S. M. Counterstorytelling as epistemic justice: Decolonial community-based praxis from the global south // American Journal of Community Psychology. 2022. Vol. 69. P. 59–70.

170. Edinger E-C. Wissensraum, Labyrinth, symbolischer Ort: Die Universitätsbibliothek als Sinnbild der Wissenschaft. Konstanz: UVK, 2015.

171. Elias N. The court society. Dublin: University College Dublin Press, 2006.

172. Farahani N., Hosseini J., Mirdamadi M., Najafabadi M. The role of communication tools in urban green space protection: A social innovation perspective from Karaj, Iran. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2577444125000255 (дата обращения 12.05.2026)

173. Fernandez M., Wippoo M., Piccolo L. Pro-Environmental Campaigns via Social Media: Analysing Awareness and Behaviour Patterns. https://www.researchgate.net/publication/321243345_Pro-Environmental_Campaigns_via_Social_Media_Analysing_Awareness_and_Behaviour_Patterns/link/5ad710120f7e9b28593968fd/download?_tp=eyJjb250ZXh0Ijp7ImZpcnN0UGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIiwicGFnZSI6InB1YmxpY2F0aW9uIn19

174. Fishbein M., Ajzen I. Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research. Reading, MA: Addison-Wesley, 1975.

175. Fishbein, M., Ajzen, I. Predicting and understanding consumer behavior: Attitude-behavior correspondence // Ajzen, I., Fishbein, M. (eds.). Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior. - Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall. 1980. - p. 148-172.

176. Foppoli D. Cultural heritage as a resource for regional sustainable development: The example of the Valtellina Cultural District in Italy // Innovative Built Heritage Models. 2018.

177. Frank S. Der Mauer um die Wette gedenken. Die Formation einer Heritage-Industrie am Berliner Checkpoint Charlie. Frankfurt/M.: Campus, 2009.

178. Giddens A. Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age. Stanford: Stanford University Press, 1991.

179. Gorwa R. The Politics of Platform Regulation: How Governments Shape Online Content Moderation New York: Oxford University Press, 2024.

180. Habermas J. The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society. Oxford: Polity, 1989.

181. Hall S., du Gay P. (Eds.). Questions of cultural identity. London: Sage, 1996.

182. Howley K. Understanding Community Media. Los Angeles: Sage Publications, 2009.

183. Humairoh M. F. N. Building undergraduate students' cultural identity through digital storytelling // Communication Teacher. 2023. Vol. 37. P. 235–245.

184. Jones P. The Sociology of Architecture: Constructing Identities. Liverpool: Liverpool University Press, 2011.

185. Jorgensen B., Stedman R. Sense of place as an attitude: Lakeshore owners attitudes toward their properties // Journal of Environmental Psychology. 2001. Vol. 21(3). P. 233–248.

186. Kavaratzis M., Hatch M. J. The elusive destination brand and the ATLAS wheel of place brand management // Journal of Travel Research. 2019. Vol. 60. P. 3–15.

187. Kemp E., Porter M. III, Anaza N. A., Min D.-J. The impact of storytelling in creating firm and customer connections in online environments // Journal of Research in Interactive Marketing. 2021. Vol. 15. P. 104–124.

188. Ketelaar E. Archives as spaces of memory // Journal of the Society of Archivists. 2008. Vol. 29(1). P. 9–27.

189. Key T. M., Keel A. L., Czaplewski A. J., Olson E. M. Brand activism change agents: strategic storytelling for impact and authenticity // Journal of Strategic Marketing. 2023. Vol. 31. P. 1339–1355.

190. Khurana C. The Sociology of Architecture: Bridging Physical Structures and Human Society // Journal of Architectural Engineering Technology. 2024.

191. Lalli M. Urban-related Identity: Theory, Measurement and Empirical Findings // Journal of Environmental Psychology. 1992. Vol. 12. P. 285–303.

192. Lasswell H. The structure and function of Communication in Society // The Communication of Ideas. New York: Harper, 1948.

193. Lessig L. Free culture: How big media uses technology and the law to lock down culture and control creativity. New York: Penguin Press, 2004.

194. Löw M. Twenty years after the spatial turn: Space as a form of relationship // Socio-humanistic understanding of space. Seoul: Institute for Urban Humanities, 2017. P. 116-142.

195. Löw M., Steets S., Stoetzer S. Einführung in die Stadt- und Raumsoziologie. Leverkusen: Verlag Barbara Budrich, 2008.

196. Lynch K. The Image of the City. Cambridge, MA: MIT Press, 1960.

197. Marguin S. Architecture and Sociology: A Sociogenesis of Interdisciplinary Referencing // Forum Qualitative Social Research. 2021. Vol. 22. Art. 7.

198. McLeod J.M., Chaffee S. H. Interpersonal Approaches to Communication Research // American Behavioral Scientist. 1973. Vol. 16(4).

199. Miller D. Materiality: An introduction // Materiality / Ed. by D. Miller. Durham, NC: Duke University Press, 2005. P. 1-50.

200. Neubert C. Architektonische Widerständigkeit: Zur Perspektive einer praxistheoretisch-pragmatistischen Architektursoziologie // Forum Qualitative Sozialforschung / Forum: Qualitative Social Research. 2020. Vol. 21(2). P. 1-20.

201. Niewöhner J. Raum: Anthropologische Perspektiven // Theorien in der Raum- und Stadtforschung / Ed. by J. Oßenbrügge, A. Vogelpohl. Münster: Westfälisches Dampfboot, 2014. P. 14-23.

202. Nursanty E., Husni M., Rusmiatmoko D. Balancing Heritage Preservation and City Branding: Prospects and Strategies for Vernacular Architecture in Indonesia // Journal of the International Society for the Study of Vernacular Settlements. 2023. Vol. 10(6). P. 50-68.

203. Osei-Tutu A. A. Z. Developing African oral traditional storytelling as a framework for studying with African peoples // Qualitative Research. 2022. Vol. 23. P. 1497–1514.

204. Pol E. The theoretical background of the city-identity-sustainability network // Environment and Behavior. 2002. Vol. 34(1). P. 8–25.

205. Proshansky H. The City and Self-Identity // Environment and Behaviour. 1978. #10. P.147-169.

206. Proshansky, H.M., Fabian, A.K., Kaminoff, R. Place-identity: physical world socialization of the self // Journal of Environmental Psychology, 1983, vol.3, iss. 1. pp. 57-83.

207. Proskurnia R., Mavlyutov R., Prokofyev K., Aberer P., Cudré-Mauroux P. Analyzing large-scale public campaigns on twitter // International Conference on Social Informatics. Springer, 2016. P. 225–243.

208. Radfahrer L., Pasqualin V. Communication Building City Identities: Communication as a Key Enabler for Dynamic Urbanism in Smart City Environments.

209. Rheingold H. The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier. Cambridge: MIT Press, 2000.

210. Rogers E. Diffusion of Innovations. London: Free Press, 1983.

211. Rogers E., Shoemaker F. Communication of Innovations: A cross-cultural Approach. New York: Free Press, 1971.

212. Rogers E., Storey J.D. Communication Campaigns // Handbook of Communication Science. Sage, Newbury park, 1987.

213. Rogers E. M., Kincaid D. L. Communication network: Toward a new paradigm for research. New York: Free Press, 1981.

214. Rosana A.The role of digital Identity in the Age of Social Media. Literature Analysis of Self-Identity Construction and On-line Social Interaction / A. Rosana A., A. Ifran A. // Join: Journal of Social Science. – 2024.- Vol 1(4). - p. 477-489. http://dx.doi.org/10.59613/a8yyff42 (дата обращения 8.08.2025)

https://www.researchgate.net/publication/382170557_The_Role_of_Digital_Identity_in_the_Age_of_Social_Media_Literature_Analysis_on_Self-Identity_Construction_and_Online_Social_Interaction (дата обращения 8.08.2025)

215. Rosenblatt B., Dykstra G. Integrating content management with digital rights management: Imperatives and opportunities for digital content lifecycles. GiantSteps Media Technology Strategies, 2003.

216. Scannell L., Gifford R. Personally Relevant Climate Change. The Role of Place Attachment and Local Versus Global Message Framing in Engagement // Environment and Behavior. 2013. Vol. 45(1). P. 60–85.

217. Schramm W. (Ed.). Mass Communications. 2nd ed. Urbana, IL: University of Illinois Press, 1960.

218. Sen A., Silverman L. Making place: Space and embodiment in the city. Bloomington: Indiana University Press, 2014.

219. Shannon C. E., Weaver W. The Mathematical Theory of Communication. Urbana: University of Illinois Press, 1998.

220. Simmel G. Soziologie. Untersuchungen über die Formen der Vergesellschaftung. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1992.

221. Sullivan C. Digital identity -The legal person? // Computer law & security review 25, 2009, Vol. 25, p. 227-236 DOI: doi.org/10.1016/j.clsr.2009.03.009 (дата обращения 8.08.2025)

222. Tajfel H. Human groups and social categories: Studies in social psychology. Cambridge: Cambridge University Press, 1981.

223. Tajfel H., Turner J. The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. 1986.

224. Turkle S. Life on the Screen: Identitity in the Age of Internet / S. Turkle. - New York: Simon & Schuster, 1997. - 352 с. https://people.reed.edu/~gronkep/pol370-f01/Turkle_Reading.pdf (дата обращения 8.08.2025)

225. Uzzell D., Pol E., Badenas D. Place Identification, Social Cohesion, and Environmental Sustainability // Environment and Behavior. 2002. Vol. 34(1). P. 26–53.

226. Van Dijck J. The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media. Oxford: Oxford University Press, 2013.

227. Van Dijck J., Poell T., de Waal M. The Platform Society. Oxford: Oxford University Press, 2018.

228. Vaynerchuk G. Crushing It. New York: Harper Collins Publishers, 2018.

229. Westley B., MacLean M. A conceptual model for communication research // Journalism Quarterly. 1957.

230. Williams D. R. Making sense of "place": Reflections on pluralism and positionality in place research // Landscape and Urban Planning. 2014. Vol. 131. P. 74–82.

231. Yaneva A., Guy S. Understanding Architecture, Accounting Society // Science and Technology Studies. 2008. Vol. 1(1).

232. Youkongpun P. The Role of Community-Based Media in Strengthening, Preserving, and Promoting Identity and Culture: A Case Study in Eastern Thailand // Athens Journal of Mass Media and Communications. 2015. Vol. 1(3). P. 197-210.

ПРИЛОЖЕНИЯ

Приложение № 1. Инструментарий исследования.

АНКЕТА

Введение для респондента

Уважаемые жители Осташкова! Этот опрос помогает понять, как вы воспринимаете Ваш город - от исторического центра до набережной Селигера. Ваши ответы анонимны и важны для исследований городской идентичности.

Заполнение займёт 15-20 минут

В.1. Назовите несколько архитектурных объектов в **г. Осташков**, которые вы считаете «символами города»

_____

В.2. Какие памятники архитектуры связаны теснее всего с г. Осташков (оцените по 10 балльной шкале, где 1 – не ассоциируется, 10 – ассоциируется больше всего)

	Памятники архитектуры	**Балл, от 1 до 10**
В.2.1.	Богородицкий монастырь	
В.2.2.	Троицкий собор и Воскресенская церковь	
В.2.3.	Здание Ратуши	
В.2.4.	Дом архитектора Суравкова	
В.2.5.	Колокольня Церкви Преображения Господня	
В.2.6.	Осташковская пожарная часть (Пожарная каланча)	
В.2.7.	Вознесенский собор	
В.2.8.	Выставочный центр	

В.3. Какие другие постройки связаны у Вас с г. Осташков (оцените по 10 балльной шкале, где 1 – не ассоциируется, 10 – ассоциируется больше всего)

	Другие постройки	**Балл, от 1 до 10**
B.3.1.	Кинотеатр	
B.3.2.	Районный дом культуры	
B.3.3.	Кожевенный завод	
B.3.4.	Осташковская художественная галерея и дворец культуры Юбилейный	
B.3.5.	Речной вокзал	

B.4. Какие общественные пространства связаны с г. Осташков (оцените по 10 балльной шкале, где 1 – не ассоциируется, 10 – ассоциируется больше всего)

	Общественные пространства	**Балл, от 1 до 10**
B.4.1.	Евстафьевская улица	
B.4.2.	Парк Свободы	
B.4.3.	Сквер перед кинотеатром	
B.4.4.	Рабочая улица	
B.4.5.	Набережная	

B.5. Оцените удобство пешеходной доступности до объектов (оцените по 10 балльной шкале, где 1 – пешеходная доступность отсутствует, 10 – полная пешеходная доступность)

	Удобство пешеходной доступности	**Балл, от 1 до 10**
B.5.1.	Богородицкий монастырь	
B.5.2.	Троицкий собор и Воскресенская церковь	
B.5.3.	Вознесенский собор	
B.5.4.	Колокольня Церкви Преображения Господня	

В.5.5.	Осташковская художественная галерея и дворец культуры Юбилейный	
В.5.6.	Набережная	

В.6. Оцените, насколько удобно добираться общественным транспортом до нижеперечисленных объектов (оцените по 10 балльной шкале, где 1 – добираться совершенно неудобно, 10 – добираться очень удобно)

	Удобно добираться общественным транспортом	**Балл, от 1 до 10**
В.6.1.	Богородицкий монастырь	
В.6.2.	Троицкий собор и Воскресенская церковь	
В.6.3.	Вознесенский собор	
В.6.4.	Колокольня Церкви Преображения Господня	
В.6.5.	Осташковская художественная галерея и дворец культуры Юбилейный	
В.6.6.	Набережная	

В.7. Достаточно ли в городе остановок общественного транспорта?

- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить

В.8. Удовлетворены ли Вы состоянием пешеходных маршрутов в городе Осташков?

- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить

В.9. Достаточно ли Вам прогулочных зон в городе Осташков?

- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить

В.10. Сталкивались ли Вы с ограничениями, мешающими использовать городское пространство по своему усмотрению? (можно выбрать несколько ответов)

- Запрет на определённые активности (шум, спорт, торговля и т.п.)
- Физические барьеры (ограждения, закрытые территории, платные входы)
- Отсутствие необходимой инфраструктуры (скамейки, освещение, туалеты)
- Правила поведения, контроль со стороны охраны/администрации
- Сезонные ограничения (доступ к набережной, паркам)
- Не сталкивался(ась)
- Другое

В.11. Какая одна функция, на Ваш взгляд, определяет основной характер Осташкова сегодня?

- Исторический город-музей
- Курортно-туристический центр у озера
- Спокойный провинциальный город для жизни
- Религиозно-духовный центр (храмы, монастыри)
- Смешанная / переходная идентичность
- Другое

В.12. Какой город Осташков для вас? (выберите наиболее близкий для Вас ответ)

- «Это старинный город с богатой историей и духовными традициями»
- «Это курортный центр у Селигера, ориентированный на туризм»
- «Это типичный провинциальный город, который борется за выживание»
- «Это моя родина»
- «У меня нет единого объяснения - город противоречив»
- Другое

В.13. Какие эмоции у Вас преобладают, когда Вы думаете о городе Осташков? (можно выбрать до 3 ответов)

- Гордость / восхищение
- Ностальгия / теплота
- Спокойствие / умиротворение
- Безразличие / нейтральность
- Разочарование / грусть
- Тревога / беспокойство за будущее
- Раздражение / неприятие
- Другое

В.14. Какие средства нужно использовать городским властям для связи с населением?

- Печатные издания

- Социальные сети
- Объявления
- Городские мероприятия
- Мероприятия в образовательных учреждениях

В.15. Оцените по 10 балльной шкале согласие со следующими утверждениями, где 1 – полностью не согласен с высказыванием, 10 – полностью согласен.

	Утверждения	**Балл, от 1 до 10**
В.15.1.	«Город обладает особым стилем»	
В.15.2.	«Такого города нет больше нигде»	
В.15.3.	«Жизнь в городе постепенно улучшается и это дает надежду»	
В.15.4.	«В этом городе мне все знакомо»	
В.15.5.	«Мои родители жили здесь, будут жить и мои дети»	
В.15.6.	«Я вижу в городе много возможностей для работы и профессионального развития»	
В.15.7.	«Я огорчен, что город приходит в упадок»	
В.15.8.	«Я огорчен состоянием памятников архитектуры и внешним облика города»	
В.15.9.	*«Архитектура г. Осташков (купеческие дома, храмы, набережная) - это главное, что отличает наш город от других малых городов России»*	

В.16. Каким каналом коммуникации Вы пользуетесь чаще всего?

- Социальные сети VK
- Одноклассники
- Мессенджер Max

В.17. Какие памятники архитектуры требуют реставрации? (оцените важность таких мер по 10 балльной шкале, где 1 – совсем не нужна реставрация, 10 – срочно нужна реставрация)

	Памятники архитектуры	**Балл, от 1 до 10**
В.17.1.	Богородицкий монастырь	
В.17.2.	Троицкий собор и Воскресенская церковь	

B.17.3.	Здание Ратуши	
B.17.4.	Дом архитектора Суравкова	
B.17.5.	Колокольня Церкви Преображения Господня	
B.17.6.	Вознесенский собор	
B.17.7.	Выставочный центр	

B.18. Что должны сделать жители города?

- Активно участвовать в реставрации памятников
- Собирать пожертвования на проведение реставрации
- Призывать власти выделять деньги из регионального бюджета на реставрацию
- Призывать власти выделять деньги из федерального бюджета на реставрацию

B.19. Изменения в городе по сохранению памятников и развитию территории в большей степени зависят от:

- Меня лично
- От моих соседей
- От городских властей

B.20. Довольны ли вы состоянием (оцените их состояние по 10 балльной шкале, где 1 – совершенно недоволен состоянием, 10 – полностью доволен состоянием)?

		Балл, от 1 до 10
B.20.1.	Культовых сооружений (храмы)	
B.20.2.	Культурных учреждений (музеи, выставочные центры)	
B.20.3.	Местами для отдыха (парки, скверы, пешеходные улицы)	

B.21. Участвуете ли Вы в городских мероприятиях

- Да
- Нет
- Затрудняюсь ответить

B.22. С каким из утверждений вы согласны больше всего?

- «Я - осташковец, потому что здесь живу и работаю»

- «Я - осташковец, потому что чувствую связь с историей города, его старыми зданиями и улицами»
- «Я - осташковец, но это просто факт биографии, не более»

В.23. Ваш пол

- Мужской
- Женский

В.24. Ваш возраст

- От 18 до 24 лет
- От 25 до 34 лет
- От 35 до 44 лет
- От 44 до 54 лет
- От 55 лет и старше

В.25. Какая из следующих характеристик наилучшим образом характеризует именно Вас

- Неработающий пенсионер
- Работающий пенсионер
- Неработающий учащийся, студент
- Работающий учащийся, студент
- Временно не работаю, безработный
- Работаю по договору, контракту в найме
- Предприниматель, собственник бизнеса
- Самозанятый
- Затрудняюсь ответить

В.26. Как давно Вы живёте в Осташкове?

- Родился(ась) здесь
- Более 10 лет
- От 3 до 10 лет
- Менее 3 лет

Приложение № 2. Проект плана коммуникационной кампании по сохранению культурной идентичности г. Осташков

Методология КК основывается на механизме стимулирования конвергентных сетевых взаимодействий, где цифровые платформы и интерактивные инструменты выступают средой для коллективного осмысления архитектурного наследия, а офлайн-пространства — площадкой для его физического и социального присвоения местным сообществом. Кампания выстраивается как поэтапный процесс изменения поведения (от знания к формированию ответственного поведения).

Цель: сохранение культурной идентичности через актуализацию историко-архитектурного наследия) через стимулирование горизонтальных сетевых коммуникаций и местных сообществ, используя цифровые платформы (ВК, Одноклассники, Max и др.), активизация межпоколенных связей

Целевая аудитория:

Жители города в возрасте 55+ лет. Характеристика: высокая культурная идентичность, сильное огорчение состоянием памятников, ностальгия.

Жители города в возрасте 18–35 лет. Характеристика: Низкая культурная идентичность, видят город как «противоречивый» и «борющийся за выживание».

Лидеры мнений (Местные краеведы, архитекторы, волонтеры, сотрудники музеев).

Стратегия КК:
Рассказывание историй (storytelling)
Информация об архитектурных объектах через истории людей, которые их создавали (например, цикл историй о купеческих династиях Осташкова или о современных реставраторах Дома Суравкова).
Линия «Диалог поколений»: Совместные проекты молодежи и старшего поколения (например, молодежь снимает короткие видео/рилс по историям, рассказанным старожилами).

Каналы коммуникации:
Группа 55+

ВКонтакте, печатные СМИ, информационные стенды, офлайн-встречи.
Формат: Пользовательский контент (UGC), оцифровка архивов, краеведческие нарративы.
Группа 18-35
ВК, Max, интерактивные цифровые платформы, визуальные соцсети, оффлайн мероприятий.
Формат: Геймификация, квесты, визуальный сторителлинг, концерты.

Этапы проведения кампании

Этап 1. Повышение информированности
Проведение социологического исследования по изучению узнаваемости архитектурных объектов, каналов коммуникации.
Запуск визуальной кампании в ВК посредством фото- и видео-нарративов («Осташков, который мы любим»).
Действие: Информирование целевых групп об истории создания и функционирования архитектурных объектов.
Формирование социальной ценности архитектурных объектов (гордость за малую родину).
Публикация «до/после» успешных кейсов (например, восстановление отдельных элементов Набережной).

Этап 2. Создание благоприятных условий (Когнитивный компонент)
Создание интерактивной цифровой карты «Неочевидный Осташков» (с акцентом на объекты, которые нуждаются в реставрации).
Действие: Размещение QR-кодов на исторических зданиях. Проведение информационно-развлекательных мероприятий в образовательных учреждениях (школах и колледже, специальных мероприятий в Осташковском краеведческом музее и Осташковской художественной галлерее).

Этап 3. Изменение поведения
Информирование и образование через интерактивные мероприятия и конкурсы.
Действие: Конкурс «Мой Осташков» (фото/видео), где пользователи делятся своим взглядом на архитектуру.
Проведение офф-лайн мероприятий с целью привлечения внимания к памятникам архитектуры.

Этап 4. Обсуждение (Конвергентная сетевая коммуникация)
Использование социальных платформ

Проведение онлайн-голосований и офлайн-общественных семинаров на исторических площадках.
Проведение офф-лайн мероприятий: мини-спектаклей, выступлений у значимых памятников архитектуры.

Этап 5. Оценка эффективности проведения КК
Проведение социологического исследований по оценке узнаваемости архитектурных объектов; оценка готовности участвовать в мероприятиях по их восстановлению.

Методики оценки эффективности коммуникационной кампании

1. Цифровые метрики вовлеченности: анализ реакций в социальных сетях (лайков, репостов, комментариев, времени пребывания на интерактивной карте) с использованием Яндекс. Аналитики и встроенных инструментов ВК/Max).
2. Контент-анализ и лингвистический анализ: Мониторинг тональности сообщений в локальных пабликах (выявление сдвига от нарративов «город борется за выживание» к нарративам «город с богатой историей»).
3. Социометрический анализ: Замер плотности межличностных связей в сообществах, обсуждающих городскую среду (оценка роста конвергенции).
4. Количественное социологическое исследование для оценки динамики Индекса осознанной культурной идентичности и Индекса значимости архитектурных объектов.
5. Качественное социологическое исследование методом фокус-групп по оценке удовлетворенности участием в КК, оценке культурной идентичности и сопричастности городу.