

Цветкова Ирина Викторовна,

доктор философских наук, профессор кафедры истории и философии
ФГБОУ ВО «Тольяттинский государственный университет»,
г. Тольятти

aleksandr.kozlov@mail.ru



Городская среда как фактор идентичности молодежи (на примере эмпирического исследования в Тольятти)

Аннотация. В статье проанализированы проблемы формирования идентичности молодежи в условиях городской среды. Отношение молодежи к городу рассматривается как результат социального конструирования образа города. Формирование идентичности молодежи по отношению к городу осуществляется под влиянием множества факторов. Большое значение имеет «воображаемая общность» – исходный конструкт, который выступает основой соотнесения личностью себя с определенной социальной целостностью. В статье проанализированы результаты социологического исследования, проведенного в Тольятти, по изучению городской среды как фактора идентичности молодежи.

Ключевые слова: городская среда, идентичность, молодежь, факторы идентичности, оценка городской среды, удовлетворенность условиями жизни.

Раздел: (03) философия; социология; политология; правоведение; науковедение.

Изучение городской среды в социокультурном аспекте является перспективным направлением современных междисциплинарных исследований. Данной проблемой занимаются дизайнеры, архитекторы, психологи, культурологи. Социологический аспект изучения, связан с исследованием городского пространства как фактора идентичности различных социальных групп, в том числе молодежи. Идентичность рассматривается, как способность индивида соотносить, отождествлять себя с определенным социальным сообществом [1]. Механизмы идентичности предполагают не только интеграцию, формирование круга «своих», но и дифференциацию с «другими», «чужими».

Формирование идентичности – это процесс, который сопровождается индивидуальным конструированием пространственно-временных структур, их центром выступает индивидуальная телесность и личностные переживания, связанные с жизненным опытом индивида [2].

Это имеет непосредственное отношение к образу города к модели восприятия города в культурных практиках на различных этапах развития города. Формирование индустриального общества способствовало процессам урбанизации. Города рассматривались как пространственные придатки промышленных предприятий. Городской образ жизни рассматривался как более прогрессивный, по сравнению с сельским, а городская культура как более передовая, чем традиционная [3].

Подобная модель развития городского пространства была реализована во многих российских промышленных городах, которые возникли в процессе интенсивного строительства крупных промышленных объектов. Создание Тольятти относится к позднему периоду индустриализации к 60-м года прошлого века. Строительство города осуществлялось с учетом комфортного и удобного проживания жителей – работников промышленных предприятий. Однако ускоренные темпы урбанизации не

смогли решить проблему придания городу индивидуального архитектурного облика, а также формирования устойчивых культурных традиций.

В условиях постиндустриального общества недостаточная развитость городской культуры выступает фактором, который негативно влияет на идентичность жителей. Изменились также исходные конструкты идентичности. Если на этапе индустриализации исходным конструктом выступал сельский житель, то в современных условиях – житель мегаполиса. Соответственно, городская среда реального города нередко воспринимается как «чуждая», которая противопоставляется «воображаемым городам», особенно молодежи. Идентичность реализуется по принципу: «Там хорошо, где нас нет».

Восприятие города связано с его рассмотрением как пространства реализации социальных потребностей молодежи. Соответственно, город воспринимается молодежью в модусах настоящего и будущего. Прошое города, культурное наследие имеет значительно меньшее значение, по сравнению с актуальными потребностями и возможностью реализации планов.

Город рассматривается как «воображаемое сообщество», которое реализуется через систему символов, речевых актов, высказываний образов. Они формируют «локальный текст», включающий систему ментальных стереотипов, поведенческих актов, характерных для жителей конкретного города. Таким образом, городская идентичность выступает результатом социального конструирования, в процессе коммуникативных практик [4].

Современная городская среда, как отмечают современные исследователи, является не только фактором интеграции, но источником негативного воздействия на психику индивидов, стрессов, деструктивных переживаний [5].

Для изучения проблем формирования городской идентичности молодежи Тольятти в декабре 2016 года было проведено анкетирование силами студентов и преподавателей кафедры «социология» тольяттинского государственного университета. Было опрошено 1073 респондента в возрасте от 16 до 30 лет. Данные обрабатывались при помощи программы SPSS-20.

Согласно результатам анкетирования две трети опрошенных проживают в Тольятти с рождения, соответственно, треть опрошенных (37%) не считают себя коренными жителями Тольятти.

Примерно четвертая часть опрошенных среди характерных черт Тольятти называют: удобную транспортную связь с другими городами, развитую производственную сферу, большое количество жителей. Только 16% респондентов считают, что Тольятти известен благодаря знаменитым людям.

14% респондентов считают благоустройство характерной чертой Тольятти.

12% отмечают благоприятные возможности для развития бизнеса, а также известные архитектурные сооружения.

Многовековую историю, традиции в качестве привлекательных аспектов Тольятти отмечают 11% опрошенных.

Десятая часть опрошенных считают, что благоприятная экология, сохраненный природный ландшафт выступают привлекательными чертами города.

8% опрошенных отмечают высокие темпы развития Тольятти, а также большое количество известных учебных заведений. Такое же количество респондентов отмечает высокий статус города и уровень жизни. 7% респондентов в качестве привлекательной черты Тольятти отмечают развитие сфер науки, искусства, культуры. 23% респондентов не видят в Тольятти никаких характерных привлекательных особенностей.

Респондентам было предложено оценить условия удовлетворения потребностей по пятибалльной шкале: 5 баллов – высший балл, а 1 балл – низший. Результаты получились следующие. В 3,6 балла респонденты оценивают удовлетворение потребностей в развлечениях. Получение образования соответствует оценке в 3,3 балла, а удовлетворение культурных потребностей – 3,2 балла. Обеспечение личной безопасности и имущества получило оценку 3 балла. Оценка остальных параметров городской среды ниже 3 баллов. Приобретение собственного жилья респонденты оценивают на уровне 2,9 балла. Получение качественного медицинского обслуживания находится на уровне 2,8 балла. Ниже всего участники опроса оценивают возможность получить достойную работу по специальности (2,6 балла). Средняя оценка удовлетворения потребностей составляет 3,1 балла.

Юноши дают более высокие оценки, чем в среднем по массиву, таким параметрам городской среды, как: удовлетворение потребностей в развлечениях (3,7 балла), получение образования (3,5 балла), удовлетворение культурных потребностей (3,3 балла) и обеспечение личной безопасности и имущества (3,1 балла). Остальные показатели находятся на уровне средних значений по массиву. Девушки дают более низкие оценки всем аспектам удовлетворения потребностей в городе, чем в среднем по массиву.

В зависимости от частоты выделения привлекательных сторон города Тольятти респонденты были разделены на три группы с помощью кластерного анализа К-середин.

Отношение к городу Тольятти было измерено следующим образом. 27% респондентов отметили, что им нравится город, а 39% участников опроса дали более сдержанную оценку «скорее нравится». Соответственно, две трети опрошенных выражают положительное отношение к городу. Негативная оценка городской среды характерна для 22% опрошенных. Среди них 8% отметили вариант ответа «не нравится», а 14% – «скорее не нравится». 13% участников опроса затрудняются ответить на вопрос.

Эмоциональное отношение к городу находит выражение в следующих чувствах. 45% участников опроса испытывают по отношению к Тольятти симпатию и уважение, 28% – любовь, а 13% – гордость и восхищение. Отрицательные чувства респонденты выражают реже. Разочарование характерно для четвертой части опрошенных, 14% участников выражают раздражение и скепсис, 7% – стыд, а 2% ненависть. Равнодушное отношение к городу характерно для четвертой части опрошенных.

Мнения о будущем Тольятти распределились следующим образом. 29% участников опроса считают, что город преодолет статус моногорода, будет процветать. Примерно половина респондентов (48%) считает, что существенных изменений в городе не произойдет. Четвертая часть участников опроса выражают мнение о негативном прогнозе развития ситуации в городе.

Респондентам был задан вопрос относительно перспективных сфер городской жизни, значимых для развития Тольятти. Половина опрошенных связывают будущее Тольятти с развитием здравоохранения и образования. Больше трети (37%) опрошенных считают необходимым развивать традиционную для Тольятти отрасль – автомобилестроение. Чуть меньшее количество респондентов выделяет культуру в качестве важной сферы городской жизни. Информационные технологии отмечены в 27% анкет. Четвертая часть участников опроса выделяет среднее и малое предпринимательство, а 21% респондентов – считает важным направлением развитие транспорта. 15% участников опроса выделяет химическую промышленность в качестве приоритетного направления. Только 11% опрошенных выделяют туризм в каче-

стве сферы, от которой зависит развитие города. 7% опрошенных затрудняются ответить на вопрос.

В зависимости от выделения респондентами характерных черт Тольятти от были разделены на три группы- кластера. Кластеры были построены при помощи программы SPSS (анализ К- середин). Данные группы по нашему, мнению, позволяют понять особенности формирования идентичности молодежи Тольятти.

Первая группа респондентов включает 269 участников анкетирования. Она получила название «романтики». В этой группе больше тех, то является приезжим из других регионов. 48% представителей этой группы считают, что Тольятти может гордиться известными деятелями. 45% отмечают в качестве характерных черт Тольятти чистоту и благоустройство. Эти показатели в три раза превышают данные по массиву. В два раза чаще «романтики» отмечают высокий уровень культуры горожан и высокий уровень жизни. Значительно чаще, чем другие, они подчеркивают высокий статус города, а также гордятся историей и традициями.

Однако показатели возможностей удовлетворения потребностей в этой группе ниже, чем в среднем по массиву -2,8 балла. На уровне средних показателей они оценивают только удовлетворение культурных потребностей, остальные показатели – намного ниже.

Представители группы «романтиков» демонстрируют на 5% чаще, чем в среднем по массиву, положительное отношение к городу. Среди них 71% респондентов отмечают, что им нравится (скорее, нравится) город. Соответственно, в группе «романтиков» меньше тех, кто отрицательно относится к городу.

Респонденты, объединенные в группу «романтиков», чаще, чем другие выражают добрые чувства к городу. Гордость и восхищение они отмечают на 10% чаще, чем в среднем по массиву, симпатию, уважение, любовь – на 7% чаще. Среди отрицательных чувств они на 8% реже, чем другие, отмечают разочарование.

«Романтики» склонны к позитивному прогнозу развития города в будущем. Они на 7% чаще отмечают, что город преодолет статус моногорода, будет процветать. Среди «романтиков» на 6% меньше респондентов, считающих, что положение в городе ухудшится.

В качестве приоритетных направлений развития города «романтики» чаще, чем другие выделяют образование, культуру и транспорт. Остальные варианты ответов отмечены на уровне средних показателей по массиву.

Вторая группа включает 276 опрошенных (25%). В эту группу объединены «реалисты». Все представители этой группы среди положительных черт города назвали удобную транспортную связь с другими городами. «Реалисты» на 10 % чаще, чем в среднем по массиву выделяют то, что Тольятти является крупным городом. Они также чаще подчеркивают промышленный потенциал города. Остальные черты городской жизни представители данной группы выделяют на уровне средних показателей по массиву.

Реалисты на уровне средних показателей по массиву оценивают возможность удовлетворения потребностей в получении образования, достойной работы, развлечениях, медицинском обслуживании. Более высоко, чем в среднем по массиву, они оценивают возможности удовлетворения культурных потребностей. Общая оценка удовлетворения потребностей в городской среде близка к средней оценке по массиву. 76% «реалистов» положительно оценивают город, Этот показатель на 10% превышает данные по массиву. Соответственно, среди представителей этой группы меньше тех, кто затрудняется оценить отношение к городу или выражает отрицательную оценку.

Представители группы «реалистов» на 7% чаще, чем в среднем по массиву, испытывают по отношению к городу чувства симпатии и уважения, но реже – гордость, восхищение и любовь. Частота упоминания отрицательных чувств находится на среднем уровне по массиву.

Мнение о положительных изменениях в городе в будущем «реалисты» выражают на 5% чаще, чем в среднем по массиву, а мнение об ухудшении ситуации – на 5% реже.

Приоритетным направлением, по мнению «реалистов» являются сферы автомобилестроения и информационных технологий.

В третью группу включено 529 респондентов, что составляет 50% от числа опрошенных. Эта группа получила название «равнодушных». На уровне средних показателей по массиву респонденты, вошедшие в эту группу, выделяют, размеры города, развитую промышленную сферу. Однако половина из «равнодушных», вообще не выделяет никаких характерных черт Тольятти. Все остальные позиции «равнодушные» выделяют в пять – шесть раз реже, чем в среднем по массиву. Все аспекты возможностей удовлетворения потребностей представители группы «равнодушных» оценивают ниже, чем в среднем по массиву. Средняя оценка возможностей удовлетворения потребностей составляет 2,6 балла, это на 0,5 балла ниже, чем в среднем по массиву. Показатели отношения к городу «равнодушных» немного ниже средних показателей по массиву.

Представители группы «равнодушных» на 8% реже выражают симпатию и уважение к городу, они также на 5% реже выделяют любовь, гордость и восхищение. При этом они на 5% чаще выражают разочарование по отношению к городу.

«Равнодушные» меньше верят в возможность позитивных изменений в городе, они на 5% реже отмечают, что города способен преодолеть статус моногорода. Представители данной группы чаще склоняются к негативному прогнозу развития ситуации в Тольятти.

В качестве приоритетных отраслей развития города «равнодушные» чаще выделяют автомобилестроение и предпринимательство. Остальные сферы городской жизни отмечены ими немного реже, чем в среднем по массиву.

Анализ результатов анкетирования позволяет сделать вывод, что приблизительно половина представителей молодежи Тольятти идентифицируют себя с городом. Это находит выражение в положительном или нейтральном отношении к городу представителей групп «романтиков» и «реалистов». Идентичность данные групп молодежи воплощается в желании реализовывать в городе жизненные планы. «Романтики» и «реалисты» позитивно настроены к оценке будущего города. Группа «равнодушных» в меньшей степени, чем представители двух групп, идентифицируют себя с Тольятти. Они чаще рассматривают городскую среду как «чуждую», это находит выражение в негативной оценке перспектив развития города.

Ссылки на источники

1. Кашкабаш Т. В. Интерпретация городского пространства в современных условиях // Современные исследования социальных проблем (электронный журнал) 2012. – № 10. – URL: <http://cyberleninka.ru/article/n/interpretatsiya-gorodskogo-prostranstva-v-sovremennyh-usloviyah> (дата обращения: 09.04.2017).
2. Кравчук М. В. Индивидуально-личностное пространство города: социально-философские смыслы // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 30. – С. 196–200. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/65110.htm>.
3. Рябова Л. К. К методологии исследования восприятия городского пространства (случай Выборга) // Новейшая история России. – 2015. – № 1(12). – С. 110–119.

4. Барышева В. В. Формирование культурной идентичности современного города // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2015. – Т. 30. – С. 146–150. – URL: <http://e-koncept.ru/2015/65100.htm>.
5. Бангерт М. А. Образ, как воплощение «Души» города: тактика проектного восприятия // Future Human Image. – 2014. – № 1. – С. 259–266.

Irina Tsvetkova,

Doctor of the Philosophical Sciences, Professor of the pulpit History and philosophy, Togliatti State University, Togliatti

aleksandr.kozlov@mail.ru

The urban environment as a factor of identity of the youth (for example, empirical studies in Togliatti)

Abstract. The article analyzes the problems of formation of identity of youth in the urban environment. The attitude of young people to the city is seen as the result of social construction of the image of the city. The formation of youth identity in relation to the city is influenced by many factors. Great importance is the «imaginary community» – the original construct, which is the basis of a correlation identity themselves with a certain social integrity. The article analyzes the results of sociological research, held in Togliatti, on the study of the urban environment as a factor of identity of the youth.

Key words: urban environment; identity; youth; the factors of identity; evaluation of the urban environment; satisfaction with living conditions.

Рекомендовано к публикации:

Некрасовой Г. Н., доктором педагогических наук, членом редакционной коллегии журнала «Концепт»



Поступила в редакцию <i>Received</i>	07.06.17	Получена положительная рецензия <i>Received a positive review</i>	13.06.17
Принята к публикации <i>Accepted for publication</i>	13.06.17	Опубликована <i>Published</i>	20.06.17

www.e-koncept.ru

© Концепт, научно-методический электронный журнал, 2017

© Цветкова И. В., 2017