



Факультет городского
и регионального развития

Место и безместье: Локальная идентичность и образ города как теоретические основания и факторы повышения привлекательности территорий

*Иван Игоревич Митин,
к.г.н., доцент Высшей школы урбанистики им. А.А. Высоковского
факультета городского и регионального развития НИУ ВШЭ*

Санкт-Петербург
1 марта 2024 г.



Культурная география и категории пространственных представлений

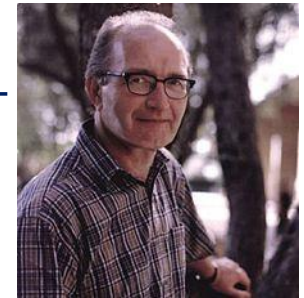
Культурная география – «междисциплинарное научное направление, объектом изучения которого является **пространственное разнообразие культуры** и ее распространение по земной поверхности... <Культурная география> включает изучение **«представлений о географическом пространстве»** в разных культурных контекстах, образов различных местностей и территорий, отношения местных сообществ к той природной и социальной среде, в которых живут люди – носители той или иной культуры»

[Стрелецкий, 2002, с. 18].



Новая культурная / гуманистическая география и понятие места

- **культурный ландшафт как «информация**, сохраненная в символической форме, <...> <которая> отчасти функционирует как нарратив» [Rowntree, Conkey 1980];
- **«символические качества ландшафтов – те, что создают социальные значения – оказываются в фокусе исследований»** [Cosgrove, Jackson, 1987].
- **«Пространство трансформируется в место как только получает определение и значение»** [Tuan, 2002, p. 136].
- «Главный концепт здесь – это **«значение»**, и, в самом деле, «место» может быть переосмыслено как нечто, пробуждающееся к существованию через **человека** и наделение им локальности значением» [Jeans, 1979, p. 207-208].
- **«Создать (to make) место** значит окружить локальность человеческим значением» [Jeans, 1979, p. 209].



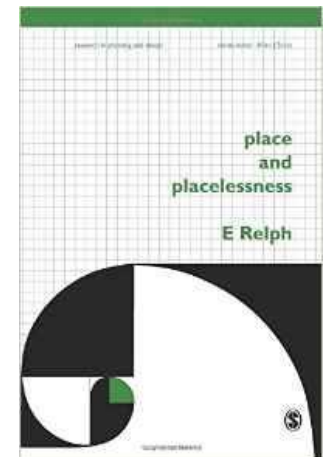
От места к безместью?

Глобализация, повышение мобильности населения, индивидуализация ведут к размыванию границ местных сообществ (*place-based communities*), **отсутствию репрезентаций** как базовых атрибутов места.

Появляются **стандартизованные « типовые » места**, не наделённые групповыми социальными смыслами, не рефлексируемыми как свои (*homeland*); отличающиеся от окружения, но **не формирующие аутентичной уникальности**.

Безместье (*placelessness*) – это результат стандартизации ландшафтов, **нивелирующий различия** между местами вследствие **потери значений** в современном мире.

Место – основа идентичности и способ видения (**картина**) **мира**, поэтому безместье – потенциальная угроза и общественная **проблема**, особенно актуальная для **периферийных** районов крупнейших городов.



Критическая география

От **реального** пространства к **воображаемому**; от воображаемого – к **проживаемому** (*lived*), **реальному-и-воображаемому**, «третьему пространству» (*thirdspace*) [Soja, 1996].

Репрезентации (**представления о пространстве**) **определяют** политику, международные отношения, геостратегию государств.

Репрезентации создаются **общественным мнением**, формируемым, в свою очередь, главным образом, **властью** через **средства массовой информации** [Lacoste, 2000].

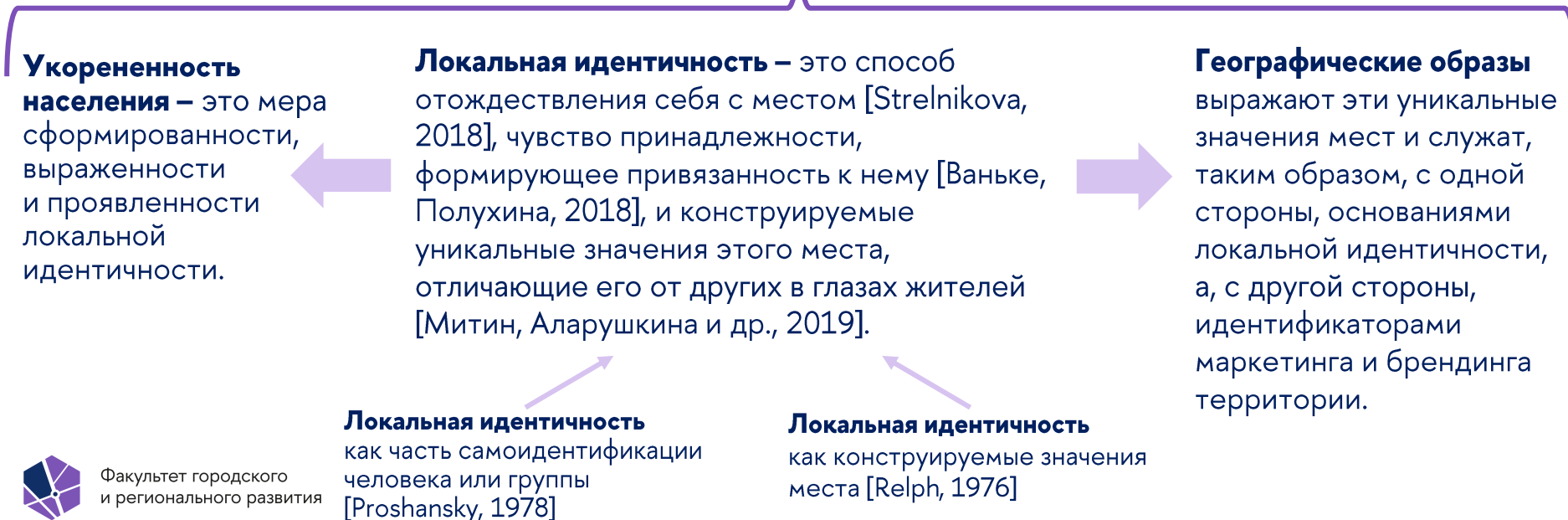
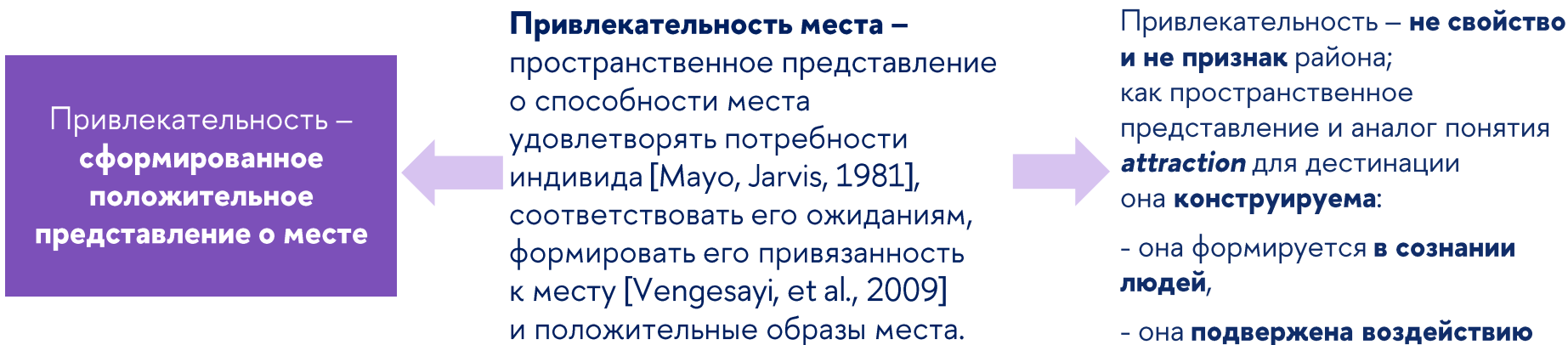
Вместо универсального, управляемого, **планируемого пространства** индустриального города, определяемого «сверху» властью, планировщиками, экспертами, – **постиндустриальное** пространство, создаваемое самими людьми, **горожанами**, гражданским обществом «снизу», пространство **различий**, дифференцированное пространство, **палимпсест**, интертекст, многоголосица.



Модель места как палимпсеста



Привлекательность места как пространственное представление



Факторы привлекательности периферийных районов (1)

1. Сформированность пространственных представлений, образов района, локальной идентичности, известность, узнаваемость

Непривлекательность как безместье

- «Базовое» условие наличия привлекательности – факт **наличия** каких бы то ни было пространственных **представлений** о районе.
- Если та или иная территория никак не осмысляется, не получает никакой интерпретации в общественном сознании (жителей или туристов) - она характеризуется как безместье (*placelessness*).

Если район неизвестен, не представлен в общественном сознании, то он непривлекателен.

Привлекательность как самодостаточность

Районы со сложившимися развитыми системами взаимосвязанных пространственных представлений (образов) можно считать осмысляемыми, присваиваемыми жителями и самодостаточными.

Самодостаточность как свойство провинции (по В.Л. Каганскому) – индикатор привлекательной периферии, локального центра, «точки притяжения».

Уникальность образов и уникальные геокультуры периферийных районов

Для формирования локальной идентичности, привязанности жителей к «своему» району, сложившиеся в ходе осмысления образы района должны быть **уникальными и аутентичными**, а не типовыми и стандартными, повторяющимися от района к району.

Именно **отличительные** черты районов становятся **разделяемыми ценностями сплочённого местного сообщества**, основаниями идентичности, предметом локальной гордости и **местного патриотизма**.



Фактор 1 как «минимальное условие» для выявления последующих факторов

Факторы привлекательности периферийных районов (2-3)

2. Транспортная доступность и «комфортная удаленность», обособленность

Транспортная доступность – **специфичный фактор именно для периферийных районов** Москвы, т.к. она создаёт известность (*фактор 1*).

Комфортная удаленность периферийного района как «спасение» от шума, гиперконцентрации людей и функций, свойственных центру.

Пространственная обособленность как стимул для **самодостаточности** (*фактор 1*), формирования локальных центров, **связности** района.



*Он [район] объективно примыкает к МКАД. Он объективно всё-таки «спальник». ...Раньше Измайлово было рабочим районом, но сейчас Электrozавод в упадке, всё что примыкало к МКАДу по Щелчку – просто закрыто и превращено в ТЦ. Скорее **спальный** район, чем деловой. **И слава богу** (ИЗ_МЖ9)*

*И люди, которые сейчас здесь живут, они ценят его [Нагатинский Затон] за то, что он немножко **обособленный**, такой **спальный** район (НЗ_РЭ10)*

3. Разнообразие функций, сервисов, типов застройки

Разнообразие – индикатор **центральности**.

Поэтому именно разнообразия не хватает **периферии**, «спальный» район **монофункционален**.

Разнообразие делает периферию заметной, востребованной, привлекательной.

Разнообразие, как и пространственная обособленность, позволяет сформировать на территории периферийного района собственный **локальный центр, «точку притяжения»** – т.е. собственный **уникальный объект**, служащий важной составляющей **уникального образа** района.

Факторы привлекательности периферийных районов (4)

4. Наличие уникальных объектов, интегрированных в район и значимых для местного сообщества

При анализе медийного дискурса обнаружено, что в отличие от центра, где **обсуждения** в социальных сетях сфокусированы на всевозможные точки вне дома (например, кафе и рестораны), **на периферии** этот фокус **смещается к двору и домашнему пространству**.

Именно поэтому наличие достопримечательностей, уникальных объектов туристского интереса, других «точек притяжения» межрайонного и общегородского масштаба именно на периферии особенно **ценны** для **идентичности** и существенно влияет на **привлекательность** соответствующих районов.



Уникальные объекты в «связке» с уникальными образами (*фактор 1*) **формируют уникальную городскую среду**, в которой формируются целостные, связанные, аутентичные, саморазвивающиеся уникальные городские культурные ландшафты.

Для привлекательности района уникальность важнее комфортности!

Ограничения:

- некоторые уникальные образы района не соответствуют никаким уникальным объектам, этим **образам не хватает материального воплощения**;
- некоторые общегородские **«раскрученные» объекты не интегрированы в близлежащие районы**, не способствуют привлекательности всего района.



Невозможно говорить о действительно **универсальных** факторах привлекательности – но мы можем выделить определённые **группы тематических объектов** как **сквозные факторы**, которые помогают в каждом **конкретном** районе найти свой **уникальный** фактор привлекательности (*факторы 5, 6, 7*).

Факторы привлекательности периферийных районов (6)

6. Наличие водных объектов, интегрированных в район и значимых для местного сообщества (сквозной фактор)

Реки, водные объекты (как и большие зелёные массивы) формируют **пространственную обособленность** (фактор 2).

Набережные часто становятся **уникальными объектами** района (фактор 4), их **визуальные панорамы** формируют ценные для местного сообщества уникальные **образы** (фактор 1) района.

“ Не каждый человек может выйти из дома в выходные и подумать, куда ему пойти, и сказать «пойду на набережную». И он пойдет на набережную, потому что она в шаговой доступности (НЗ_МЖ23)

Строгино является самым окружённым районом Москвой рекой. У нас проводятся разные соревнования. Очень развитые водные виды спорта, тут очень развитые сапы, виндсерфинг, кайтсерфинг (С_МЖ81)

В условиях воспринимаемой «выключенности» Коломенского и «Острова мечты» из района **Нагатинский Затон** его главным уникальным образом становится **речная и островная тематика**: это и память о строителях **шлюзов**, и модернистские «**дома-паруса**» на Нагатинской набережной, и визуальная **панорамы** Москвы-реки, и новый ЖК «**Ривер Парк**», «обыгрывающий» память о **судостроительном заводе** и давший **имя** району затон.



Факторы привлекательности периферийных районов (7)

7. Наличие объектов культурного наследия, особенно связанных с усадебным прошлым и с советской архитектурой, интегрированных в район и значимых для местного сообщества (сквозной фактор)

Объекты культурного наследия служат **уникальными** (фактор 4), часто единственными объектами туристского интереса в нецентральных районах, но они же могут быть и значимыми факторами конструирования районных идентичностей.

Особенно это актуально не для «раскрученных» общегородских объектов, а для наследия советского архитектурного модернизма, выступающего важным элементом актуальной коллективной памяти жителей периферии. Ещё важнее – **сплошная архитектурная среда советского модернизма**, которая репрезентирована наиболее ярко и сохранно именно на московской периферии. Она репрезентирует важный «зонтичный» бренд **Москвы как Советской столицы**, это **главная «фишка» московской периферии**.

Интерес **жителей** к сохранению советского наследия постепенно распространяется на **москвичей** из других районов, а в перспективе – и на **туристов**, ищущих необычных аттракций и проникновения в жизнь местных жителей («**новый городской туризм**», 'live like a local').

Начинается интерес к усадьбам, конечно же, со **своей ближайшей усадьбы**. Живешь в Вешняках, интересуешься Кусково. Живешь в Кузьминках, интересуешься Кузьминками (Э4)

Это [Измайлово] **район советской застройки**, такой **ансамблевой**, где видны городки, такие как бы **связки** домов, серии домов, которые не хаотично застроены, застроены **продуманно** (ИЗ_МЖ2)

Билеты на **экскурсии о советском модернизме** раскупаются как горячие пирожки. (НЗ_РЭ14)



Экспериментальный микрорайон «Северное Чертаново» – **главная достопримечательность, визуальный символ и потенциальный бренд своего района и всей Москвы**



Факультет городского
и регионального развития



Место и безместье:
Локальная идентичность и образ города
как теоретические основания
и факторы повышения
привлекательности территорий

Иван Игоревич Митин,
к.г.н., доцент Высшей школы урбанистики
им. А.А. Высоковского
факультета городского и регионального
развития НИУ ВШЭ

<https://www.hse.ru/staff/mitin>
imitin@hse.ru