

Город как культурная форма

*Алексей Мусиездов**

Статья посвящена интерпретации города как культурной формы. Быстрые общественные изменения приводят к проблематизации личностной определенности; в попытках определить собственную идентичность люди обращаются к наиболее очевидным классификациям, в том числе к территориальным. Это, в свою очередь актуализирует проблематику городской идентичности. Особенностью города как социального образования является отсутствие единого городского сообщества как источника однозначных образцов для идентификации. Современное «информационное общество» лишь усиливает существующее разнообразие городских жителей и сообществ. Поэтому вместо традиционной интерпретации идентификации предлагается рассматривать городскую идентичность в логике концепции «воображаемого сообщества». Представлениями, лежащими в основе идентичности, в данном случае являются представления о городе, а не о сообществе. В поисках теоретического аппарата для описания содержания этих представлений автор обращается к понятию культурной формы. Оно используется Л. Иониным в его концепции «культурных инсценировок». «Классическая» социологическая модель, особенно в ее марксистском варианте, утверждает, что культурные образцы формируются на основе объективного социального интереса, который осознается, оформляется доктринально и затем становится основанием для соответствующего поведения. В обществе, переживающем глубокую трансформацию, где привычные модели идентификации утратили свое значение, а «интерес» редуцирован к необходимости выживания, такая модель вряд ли будет работать. Концепция культурной инсценировки предлагает объяснение становления идентичностей как развертывания культурных образцов, которые в течение некоторого времени были латентными, то есть не находили своего воплощения в общественной практике. Эти образцы и есть «культурные формы».

Ключевые слова: город, городское сообщество, городская идентичность, воображаемое сообщество, культурная инсценировка, культурная форма

Быстрые общественные изменения (чем бы они ни были вызваны) ставят под сомнение не только общественный порядок как систему норм и правил, но и систему значений, в которых осмысливаются социальный мир и место человека в нем. Изменение значений приводит к проблематизации личностной определенности, заставляя человека по-новому формулировать ответ на вопрос о том, кем он является. В попытках определить собственную идентичность люди обращаются

* Мусиездов Алексей Александрович — кандидат социологических наук, доцент кафедры социологии Харьковского национального университета имени В. Н. Каразина. Адрес: пл. Свободы, д. 4, Харьков, Украина 61022. Email: musiyezdov@gmail.com

© Мусиездов А. А., 2013 © Центр фундаментальной социологии, 2013

к классификациям, кажущимся наиболее очевидными, — они определяют себя главным образом посредством отнесения к семье, этническим и территориальным сообществам и т. д. (Ядов, 1994). Среди последних востребуемым оказывается общество городское.

Тем не менее вопрос, что значит принадлежать к городскому сообществу — быть горожанином, представителем данного города или города вообще, — остается весьма неоднозначным как в практической плоскости, так и в теории. Для обычного человека это может означать и принадлежность к тем, с кем он знаком с детства и/или поддерживает взаимодействие в данный момент, и приобщенность к возможностям удовлетворения тех или иных потребностей, и ориентацию на референтную группу «настоящих горожан» с их ценностями, взглядами, образом жизни, и просто привычку жить в данных условиях и т. д. В любом случае такую принадлежность и/или связь необходимо концептуализировать в социологической теории, где ее обычно обозначают как «идентичность».

Рассуждение о городской идентичности в традиционном ключе сразу же сталкивается с рядом препятствий. Так, если идентичность есть результат идентификации с группой, то «городское сообщество» в принципе сложно интерпретировать в качестве группы. Город «по определению» является средоточием различных сообществ, со своей структурой, культурой и т. д. — популярная идея о «городском образе жизни» (Вирт, 2005) оказывается пусть не полной иллюзией, но, скорее, не оправдавшимся ожиданием от распространения массовой культуры. Многочисленные исследования городских сообществ лишь подтверждают, что город характеризуется более чем одним образом жизни (Fischer, 1982; Gans, 1962; Wellman, Leighton, 1979). Современные городские исследования показывают, что в результате распространения информационных и коммуникационных технологий городские сообщества все больше «замыкаются в себе», выстраивая границы между собой и другими (Davis, 1998; Architecture of Fear, 1997; Сеннет, 2008). Что тогда означает городская идентичность и городское сообщество, с чем идентифицируют себя и других?

Вариант ответа, который мы будем рассматривать, отталкивается от трактовки городского сообщества как воображаемого, т. е. основанного на совокупности разделяемых представлений (Андерсон, 2001). В данном случае речь может идти не столько о представлениях о *горожанах*, сколько о *городе*. Именно город оказывается носителем значений, способных так или иначе символически «преодолеть» различия между конкретными и очень разными городскими жителями и сообществами. Другими словами, идентитетом для городской идентичности выступает город, а не городское сообщество. Такая логика в принципе соответствует все более распространяющемуся в социальной науке представлению о роли воображения в функционировании (пост)современного общества (Маффесоли, 1991; Касториадис, 2003).

Идея Б. Андерсона о воображаемом сообществе очевидным образом отсылает к дюркгеймовской трактовке религии, представляющей собой систему «верова-

ний и обрядов, которые объединяют в одну моральную общину, называемую церковью, всех, кто им следует» (цит. по: Гараджа, 2005: 118). Важно подчеркнуть, что речь идет не просто о «системе координат», позволяющей «размечать» социальное пространство, но об определенной доктрине, предполагающей, среди прочего, ценностное измерение (Баньковская, 2001), т. е. — об общей культуре.

Мы здесь специально не рассматриваем «ритуальный аспект» городской культуры (практики, направленные на символическую реализацию и демонстрацию принадлежности к городу), хотя он, несомненно, имеет место и связан главным образом с потреблением (Zukin, 1995), — эта тема является самостоятельным предметом отдельных исследований. Нас интересует теоретический аппарат, позволяющий описать городскую идентичность как «принадлежность к культуре», в данном случае — к городу как «культуре»; средство для выражения содержания этой культуры¹. Цель статьи состоит в том, чтобы рассмотреть в качестве такого инструмента понятие культурной формы, используемого в рамках «культурного анализа», — социологического подхода, развиваемого Л. Иониным (Ионин, 2004).

* * *

Понятие культурной формы используется Иониным в его концепции «культурных инсценировок». Он акцентирует внимание на том, что для воспроизводства общественных отношений они должны быть усвоены индивидами в процессе социализации, понимаемой в первую очередь как идентификация с некоторыми культурными образцами. Его концепция объясняет становление идентичностей как развертывание культурных образцов, которые в течение некоторого времени были латентными, т. е. не находили своего воплощения в общественной практике.

«Классическая» социологическая модель, особенно в ее марксистском варианте, утверждает, что культурные образцы формируются на основе объективного социального интереса, который осознается, оформляется доктринально и затем становится основанием для соответствующего поведения. Ионин полагает, что в обществе, переживающем глубокую трансформацию, где привычные модели идентификации утратили свое значение, а «интерес» редуцирован к необходимости выживания, такая модель вряд ли будет работать. Для осознания интереса и «оформления» культурных образцов необходимо время, а новый образ мира как фундамент для идентификации востребован уже сейчас.

«С другой стороны, известно множество готовых культурных форм, предлагающих как бы готовые варианты идентификации. Эти формы существуют в зародышевом состоянии, но „зародыш“ содержит почти все необходимое для развертывания полноценной культурной формы. <...> Отсутствует

1. Мы вполне отдаем себе отчет в том, что городская идентичность не исчерпывается принадлежностью к городской культуре, а включает в себя и сугубо психологические аспекты (Proshansky, 1978; Breakwell, 1993; Lalli, 1992), и «функционально-активистские» (Lefebvre, 1996; Castells, 1977; Garbi, 2010), и, возможно, другие, но мы выбрали именно культурный аспект.

только одно — непосредственный социальный интерес, на основе которого, как предполагается, культурная форма возникла и сложилась когда-то давно, еще до того, как перешла в зародышевое состояние. Эти формы можно назвать свободно парящими: они не связаны в их нынешнем состоянии с социальными интересами и через них с определенными слоями и группами. <...> Они предлагают себя каждому, кто обеспокоен поиском идентичности, стремится обрести новый целостный образ мира, в котором можно четко фиксировать собственное место» (Ионин, 2004: 276–277).

Согласно Ионину, процесс идентификации индивидов в новой культурной форме является одновременно и процессом ее становления, развертывания из зародышевого состояния. Начинаясь с предметной и поведенческой презентации, завершается он формированием социального интереса.

Автор концепции отгалкивается от понятий культурного стиля, жизненного стиля, жизненной формы, который предлагает считать взаимозаменяемыми. В наиболее общем виде под «стилем» можно понимать специфический способ действия, выражения, жизни. Стиль, по Ионину, противопоставляется канону и традиции как то, что можно выбрать, тому, что выбрать нельзя.

Понятие жизненной формы (*Forma vivendi*) обозначает характерный для какой-либо группы способ удовлетворения потребностей, социальные институты, нормы поведения и т.п. В раннем Средневековье данное понятие употреблялось для описания особенностей монашеской жизни, позднее — жизни других народов.

Понятие жизненного стиля (*Lebensführung*) встречается у М. Вебера, обозначая способ ведения, способ организации жизни. Т. Веблен связал понятие жизненного стиля с демонстративным потреблением, которое должно символизировать принадлежность к определенной группе или классу (Веблен, 1984). В британской социологии стратификации 1960-х и 1970-х гг. понятие жизненного стиля (*life-style*) как совокупности образцов социальных отношений, потребления материальных благ и культуры использовалось для анализа классовых различий. Указанные различия понимались как видимые индикаторы классовой позиции, а жизненный стиль виделся одним из способов социальной презентации экономических классов. В американской социологии понятие стиля жизни использовалось для проведения различий между сельской и городской, а также между городской и пригородной формами социальной жизни. В последнее время оно применяется в более широком смысле, им обозначаются вкусы, установки, материальные блага или способы поведения любой социальной группы, которые отличают ее от других групп (Аберкромби, Хилл, Тернер, 2004).

Более распространенное в отечественном социологическом дискурсе понятие образа жизни акцентирует внимание на определенных *формах* (видах, способах, характере) жизнедеятельности, имеющих собственного *субъекта* (индивид, группа, общество) и *детерминированных* определенными условиями (Бутенко, 1978; Образ жизни, 1983). Соответственно, очевидно, что для специфики городского образа жизни (городских форм) принципиальными оказываются городские условия,

с одной стороны, и городское население как соответствующий субъект — с другой (Кобяк, 2003).

Если в указанных определениях речь идет преимущественно об объективных наблюдаемых особенностях, то культурная форма в ее латентном существовании представляет собой, скорее, идеальное образование. Ионин исходит из восходящей к Ф. Тенбруку трактовки культуры как «репрезентативной»: «Культура представляет собой общественное явление постольку, поскольку она является репрезентативной культурой, то есть вырабатывает идеи, значения, ценности, которые действуют в силу их фактического признания. Она охватывает, следовательно, убеждения, оценки, картины мира, идеи и идеологии, которые воздействуют на социальное поведение в той мере, в какой члены общества либо активно их разделяют, либо пассивно признают» (цит. по: Ионин, 2004: 224). Согласно Ионину, «репрезентативная культура репрезентирует, представляет в сознании членов общества все и любые факты, которые что-либо означают для действующих индивидов. И означают они для них именно то, что дано в культурной репрезентации. Только это существует для членов общества и только в этом, то есть в культурной репрезентации, и существует общество» (Ионин, 2004: 68). Другими словами, основную идею можно выразить следующим образом: социальные действия, отношения, институты и т. д. репрезентируют, т. е. выражают определенные, стоящие за ними представления — именно они и являются в данном подходе *детерминирующими условиями*.

Логика обретения идентичности в процессе приобщения к культурной форме посредством культурной инсценировки предполагает следующие этапы:

- Обретение внешних атрибутов культурной формы.
- Индоктринация — восприятие представлений о мире, в рамках которых интерпретируется место индивида и его группы, других групп по отношению друг к другу, их роль, различия, история и т. д. Эти представления и являются основой для идентификации в смысле «вписывания» индивида в картину мира, представляемую культурной формой. Так, например, П. Бергер и Т. Лукман подчеркивают, что индивид идентифицирует себя с теми или иными социальными группами или позициями на основании собственных представлений обо всей структуре позиций (Бергер, Лукман, 1995).
- Выработка морально-эмоционального настроения, соответствующего культурной форме. Ионин пишет:

«Моральные установки предполагаются уже самим содержанием теории. Практически любая повседневная теория рисует черно-белый образ мира, разделяя людей на своих и чужих... Однако нормы поведения по отношению к своим и чужим в каждой теории разные. Они зависят от того, насколько конфликтными, несовместимыми, противоположно ориентированными или, наоборот, сходными и потенциально общими представляются в теории интересы своих и чужих. Преподавание теории одно-

временно является и преподаванием этих норм, и воспитанием морали и эмоций» (Ионин, 2004: 284).

Учитывая, что большинство населения сейчас является горожанами, вряд ли уместно говорить об обретении городской идентичности как о культурной инсценировке (за исключением тех случаев, когда речь идет об идентификации с новым городом или смене места жительства села на город). Однако интерпретация города как культурной формы дает возможность выделить ее элементы: *нормативную среду, идеологию, вещную среду, интерес* (Ионин, 2004: 285–286).

Характеризовать город как культурную форму позволяет целый ряд классических работ. Если следовать перечисленным Иониным элементам, то можно предложить следующие их описания:

Интерес. Социальный интерес — это осознание объективных условий существования группы². В случае города общий интерес связан в первую очередь с обеспечением возможности реализации различных частных интересов и целей городских жителей (Зиммель, 2002; Парк, 2002; Mumford, 1996). Это обеспечивается рационалистическим характером организации совместной жизни горожан, особенно — в отношении создания и сохранения необходимой инфраструктуры. Другими словами, речь идет об интересе, основанном в первую очередь на функциональности. Именно этот аспект оказывается основным, когда речь идет о формировании «сообщества горожан» или «местных городских сообществ», понимаемых в духе «гражданского общества» как «сообщества с ограниченной ответственностью» (Janowitz, 1961), ориентированного на защиту собственного «права на город» (Lefebvre, 1996).

Идеология. Классик урбанизма Льюис Мамфорд в работе «Что такое город?» (Mumford, 1996) пишет, что город представляет собой совокупность групп людей, преследующих собственные цели. Этих взглядов придерживаются многие авторы, одной из главных целей они видят задачу обрести индивидуальность и свободу от диктата локальных сообществ (Зиммель, 2002; Парк, 2002). В этом смысле город, конечно, выступает в качестве символа рациональности эпохи, которую таким образом характеризовали как классики социологии, так и представители постмодернизма, всего лишь инструментом для достижения собственных, частных целей, чем-то, принципиально лишенным сакральности. Как пишет Р. Парк о городе: «Он не естественен и не священен, но прагматичен и экспериментален. Под напором практической необходимости образование перестало быть исключительно формой социального ритуала, политика стала прикладной, религиозная вера теперь, скорее, поиск, а не традиция, то, что должно быть обретено, а не просто получено» (Парк, 2002: 4). Город здесь оказывается условием, площадкой, носителем возмож-

2. Такая трактовка относится к культураналитической концепции Ионина, в которой используется понятие репрезентативной культуры, но не к марксистской концепции интереса как объективной сущности, в которой он может до определенного момента вообще не осознаваться или осознаваться в «превращенных формах». В последнем случае интерес можно трактовать как эпифеномен структурной детерминации социальной группы.

ностей для достижения целей — ценным в качестве того, без чего данные цели вообще не могли бы быть достигнуты (а иногда и поставлены). То есть ценностью будет не только его (материальная) инфраструктура, но принципиальная гетерогенность его жителей — что выражается, например, в идеях З. Баумана о «миксофилии» (Бауман, 2008).

Идеологическими максимумами в данном случае будут выступать разнообразные возможности (включая возможность встречи с новым), самореализация, рационализм, но также — проистекающее из этого равенство в дюркгеймовском духе как выражение «органической солидарности» — взаимной функциональной зависимости, проявляющееся в том числе в признании равного для всех «права на город». Ориентация городской идеологии на целедостижение способствует также актуализации ценностей активности, успеха, прогресса, развития, а значит — современности, мобильности, динамичности и т. п. Именно эти ценности, как правило, используются для конструирования моделей «городского потребления» как выражения рекламируемого в коммерческих целях «городского образа жизни».

Нормативная среда. Данный элемент культурной формы определяет то, как следует относиться и вести себя по отношению к «своим» и «чужим». Если следовать идеям, например, Г. Зиммеля, то горожане по своей сути выступают друг для друга «чужаками» (Зиммель, 2008). Поэтому и вести себя по отношению к другим в городе необходимо соответствующим образом: кооперируясь с единомышленниками и отстраняясь от всех остальных (в том числе для «эмоциональной и информациональной экономии»). В наиболее радикальных вариантах такое отношение означает страх, подозрительность, недоверие, выражаемое, среди прочего, в выстраивании надежной защиты от разнообразных реальных или мнимых угроз — качественные замки на дверях квартиры, газовый баллончик в сумочке, передвижение только по знакомым и безопасным маршрутам, желательно в светлое время суток и в сопровождении знакомых и т. п. (Architecture of fear, 1997; Сеннет, 2008). В то же время предполагается достаточно ровное отношение ко всем, продиктованное простой осторожностью по отношению к неизвестному либо нежеланием вовлекаться в личностный мир другого.

Дальнейшие вариации, пожалуй, можно считать частными случаями. Так, можно следовать Г. Гансу, говорившему о различиях между «обычными» горожанами и «городскими сельскими жителями» (*urban villagers*) (Gans, 1962), М. Кастильсу, выделявшему «космополитичные» элиты и «локальные» массы (Castells, 1989), дискуссии Р. Флориды и Д. Коткина о характеристиках представителей «креативного класса» (Гнедовский, 2004) и т. д., не говоря уже о молодежных субкультурах. Неслучайно Р. Парк писал, что «в городе, на свободе, каждый индивид, каким бы эксцентричным он ни был, непременно находит ту среду, в которой он может развить и каким-либо образом проявить особенности своей природы. И маленькое сообщество иногда терпит эксцентричность, но город зачастую и вознаграждает ее. Несомненно, город притягивает тем, что здесь любой тип индивида — будь то преступник или попрошайка, равно как и гений — всегда найдет подходящую

компанию, и порок или талант, сдерживаемый в более тесном кругу семьи или в более узких рамках малого сообщества, обнаруживает здесь моральный климат, в котором он расцветает. А в целом все заветные чаяния и все подавленные желания находят в городе то или иное выражение» (Парк, 2002: 12). Соответственно, поскольку «каждое сообщество представляет собой в определенной степени независимое культурное образование, со своими стандартами, представлениями о должном, о приличиях и о том, что достойно уважения» (Парк, 2002: 8), выделенные характеристики нормативной среды культурной формы можно считать «общим знаменателем» городской нормативности.

Вещная среда. Если отталкиваться от материальности города, то очевидно, что он сам может считаться вещной средой культурной формы, а пребывание в городе — его потреблением. Однако когда речь идет о репрезентативной культуре вообще и о культурной форме в частности, под вещной средой имеется в виду свойство вещей быть знаками, символами, воплощениями представлений, что означает актуализацию демонстративности в использовании вещей.

Характеристика города как привилегированного «места потребления» — одна из ключевых. Город действительно предлагает для этого большие возможности, причем речь идет не только о потреблении материальном. Для многих признаком «настоящего горожанина» является культурное потребление. Нередко считается, что «культурный человек» (горожанин в традиционном противопоставлении города и деревни как, соответственно, «культуры» и «природы») хотя бы время от времени «должен» посещать театры, кино, выставки, ходить в рестораны, проводить время в кафе и т. д. При этом личностный смысл подобных занятий вполне может ограничиваться демонстративностью потребления и культивированием собственного статуса и/или городской идентичности. Здесь вещи репрезентируют принадлежность к городу, выступают «реквизитом» повседневного взаимодействия (Гофман, 2003; Вахштайн, 2006; Харламов, 2007).

Неудивительно, что современная экономика всячески поддерживает стремление к потреблению, предлагая разнообразные образцы «городского стиля» (*urban style*). Горожанин должен заботиться о себе и собственном комфорте, а для этого — потреблять только качественные продукты, обычно от ведущих мировых брендов, пользоваться разнообразной техникой, желательно новейшей разработки, жить в местах, близких к интересующим культурным событиям, носить одежду, ориентированную в первую очередь на удобство (*casual*³), но также и на самовыражение (Синожатская, 2011), и т. д. Сам город при этом выступает, пожалуй, скорее декорациями, в большей или меньшей степени подходящими для «завершения образа». В городе есть места для одних городских практик, а есть для других, есть символы

3. «Стиль *casual* — это функциональность, практичность и удобство, мягкость и комфорт. Никакого выпендрежа и эпатажа, только естественность и непринужденность, разумеется, с учетом стиля и эстетических требований» (Стиль *casual*, 2011); «Комфорт и свобода движения — неотъемлемое условие для активной жительницы мегаполиса» (Лисичкина, 2011).

будущего и прошлого, а есть «призраки» — элементы городской среды, «указывающие» на «забытые» смыслы (Серто, 2010).

Связь городской идеологии со статусом и демонстративным потреблением очевидна еще со времен развития капитализма, если не раньше, когда принадлежность к дворянству либо оказывается не столь заманчивой, либо остается по-прежнему затрудненной. В этих условиях «мещанство» становится тем сословием, которое означает более высокий по сравнению с крестьянами статус, причем «мещанин» — это не рабочий, хотя оба являются горожанами. Эти классы отчетливо противопоставляются друг другу, в частности, в советском идеологическом каноне. Однако стремление рабочих (бывших крестьян) приблизиться к «мещанскому» способу потребления также вполне логично. С XIX века слово «мещанин» стало означать не только и не столько представителя соответствующего сословия, но и определенный тип личности, отличающийся стремлением к обладанию вещами (часто при отсутствии вкуса), мелочностью и скупостью, отсутствием твердых убеждений, чувства ответственности перед обществом, стремлением к спокойному следованию большинству и жизни без потрясений (см., например, Горький, 1982; Федосюк, 2008). Если добавить к этому «уверенность в абсолютной правильности своего образа жизни и системы ценностей и, соответственно, нетерпимость к иным жизненным целям и устремлениям» (Табунов, 2004), то получим образ, вполне соответствующий представлениям о «массовом», «одномерном» человеке (Маркузе, 2002; Ортега-и-Гассет, 2001).

С одной стороны, поскольку массовая культура, производство и потребление свойственны современному урбанистическому обществу (Lefebvre, 1970; Castells, 1977), такая черта городской идеологии не представляется удивительной. Однако с другой — она явно противоречит обозначенным ранее ценностям успеха, достижения, самореализации и т. д. Это служит еще одним примером противоречивости городской идеологии, которая является выражением сознания различных городских слоев, формирует различные «городские стили жизни» (Gans, 1962). Соответственно, и наше описание содержания городской культуры как образца для идентификации вряд ли может считаться единственным. Скорее, мы предложили наиболее общее представление о «городской культуре», которое имеет различные вариации в зависимости от того, кто и в каких условиях к ней «приобщается».

* * *

Рассмотрение города как культурной формы — это способ хотя бы в общих чертах обозначить содержание городской культуры как источника значений для идентификации с городом. Культурная форма в интерпретации Ионина должна содержать в себе такие элементы, как нормативная среда, идеология, вещная среда, интерес. Город вполне может считаться образованием, обладающим этими элементами. В случае города *интерес* связан в первую очередь с обеспечением возможностей реализации различных частных потребностей, интересов и целей го-

родских жителей. Это, в свою очередь, предполагает определенный рационализм как в трактовке города в целом (*идеология*), так и достаточно ровное (но нередко настороженное) отношение к окружающим (*нормативная среда*). *Вещная среда* города может трактоваться не только в качестве «инфраструктуры» как сугубо утилитарного средства удовлетворения потребностей, но и как «реквизит» для выражения и культивирования собственной принадлежности.

Содержание статьи можно считать всего лишь «отправной точкой» для других, в том числе эмпирических исследований. Именно с этой точки зрения понятие культурной формы, как и концепция культурной инсценировки в целом, являются, на наш взгляд, удачным теоретическим инструментом в контексте анализа городской идентичности.

Литература

- Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б. С. (2004). Жизненный стиль (life-style) // *Аберкромби Н., Хилл С., Тернер Б. С. Социологический словарь* / Пер. с англ. И. Г. Ясавеева под ред. С. А. Ерофеева. М.: Экономика. С. 141.
- Андерсон Б. (2001). Воображаемые сообщества: размышления об истоках и распространении национализма / Пер. с англ. В. Г. Николаева. М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле.
- Баньковская С. П. (2001). Воображаемые сообщества как социологический феномен // *Андерсон Б. Воображаемые сообщества: размышления об истоках и распространении национализма* / Пер. с англ. В. Г. Николаева. М.: Канон-Пресс-Ц, Кучково поле. С. 5–16.
- Бауман З. (2008). Город страхов, город надежд / Пер. с англ. А. Смирнова // *Логос*. № 3. С. 24–53.
- Бергер П., Лукман Т. (1995). Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания / Пер. с англ. Е. Д. Руткевич. М.: Медиум.
- Бутенко А. П. (1978). Образ жизни: содержание проблемы и нерешенные вопросы // *Вопросы философии*. № 11. С. 41–56.
- Вахштайн В. С. (2006). Социология вещей и «поворот к материальному» в социальной теории // *Социология вещей* / Под ред. В. С. Вахштайна. М.: Территория будущего. С. 7–42.
- Веблен Т. (1984). Теория праздного класса / Пер. с англ. С. Г. Сорокиной под общ. ред. В. В. Мотылевой. М.: Прогресс.
- Вирт Л. (2005). Урбанизм как образ жизни // *Вирт Л. Избранные работы по социологии* / Пер. с англ. В. Г. Николаева. М.: ИНИОН. С. 93–118.
- Гараджа В. И. (2005). Социология религии. М.: ИНФРА-М.
- Гарві Д. (2010). Право на місто // *Спільне*. № 2. С. 8–17.
- Гнедовский В. М. (2004). Современные проблемы развития постиндустриального общества в городах США и Европы. URL: <http://www.archipelag.ru/geoeconomics/postindustrializm/version/contemporary-problem/> Дата доступа: 9.10.2013.

- Горький М.* (1982). Заметки о мещанстве // Русская литературная критика конца XIX — начала XX века. М.: Высшая школа. С. 178–184.
- Гофман И.* (2003). Анализ фреймов: эссе об организации повседневного опыта / Пер. с англ. Р. Е. Бумагина и др. под ред. Г. С. Батыгина и Л. А. Козловой. М.: Институт социологии РАН.
- Зиммель Г.* (2002). Большие города и духовная жизнь / Пер. с нем. А. Кричевского // Логос. № 3. С. 1–12.
- Зиммель Г.* (2008). Экскурс о чужаке / Пер. с нем. А. Ф. Филиппова // Социологическая теория: история, современность, перспективы / Под ред. А. Ф. Филиппова. СПб.: Владимир Даль. С. 9–13.
- Ионин Л. Г.* (2004). Социология культуры. М.: ГУ ВШЭ.
- Касториадис К.* (2003). Воображаемое установление общества / Пер. с франц. Г. Волковой. М.: Гнозис, Логос.
- Лисичкина А.* (2011). Модный стиль casual — универсальная и комфортная одежда для активной городской жизни! URL: <http://www.m-oda.ru/product/modnyj-stil-sasual-universalnaja-i-komfortnaja-odezhda-dlja-aktivnoj-gorodskoj-zhizni/> Дата доступа: 9.10.2013.
- Маркузе Г.* (2002). Эрос и цивилизация. Одномерный человек: исследование идеологии развитого индустриального общества / Пер. с англ. А. А. Юдина. М.: АСТ.
- Маффесоли М.* (1991). Околдованность мира, или Божественное социальное / Пер. с фр. И. И. Звонаревой // СОЦИО-ЛОГОС. М.: Прогресс. С. 274–283.
- Федосюк Ю.* (2008). Мещанство // *Федосюк Ю.* Энциклопедия русского быта XIX века. URL: http://wordweb.ru/en_ru_byt/10_01.htm Дата доступа: 9.10.2013.
- Образ жизни. (1983) // Философский энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия. С. 446.
- Ортега-и-Гассет Х.* (2001). Восстание масс. М.: АСТ.
- Парк Р.* (2002). Город как социальная лаборатория / Пер. с англ. С. П. Баньковской // Социологическое обозрение. Т. 2. № 3. С. 3–12.
- Сеннет Р.* (2008). Капитализм в большом городе: глобализация, гибкость, безразличие / Пер. с англ. А. Смирнова // Логос. № 3. С. 95–107.
- Серто М. де.* (2010). Призраки в городе / Пер. с англ. А. Лазарева // Неприкосновенный запас. № 2. С. 108–121.
- Синожатская И.* (2011). Городской стиль одежды. URL: <http://stylish.ru/2011/03/18/gorodskoj-stil-odezhdy/> Дата доступа: 9.10.2013.
- Стиль casual. (2011). URL: <http://stylish.ru/2011/02/11/stil-casual/> Дата доступа: 9.10.2013.
- Табунов А.* (2004). О мещанстве и мещанах // Газета «Дуэль». № 45 (393). 9 ноября 2004. URL: <http://warrax.net/81/mezh.html> Дата доступа: 9.10.2013.
- Харламов Н.* (2007). Социальная конструкция повседневности в современном метрополисе. URL: http://people.hum.aau.dk/~nikita/files/texts/Kharlamov_2007_Povsednevnost.pdf Дата доступа: 9.10.2013.
- Ядов В. А.* (1994). Социальная идентификация в кризисном обществе // Социологический журнал. № 1. С. 35–51.

- Architecture of fear. (1997) / Ed. N. Ellin. Princeton: Princeton Architectural Press.
- Breakwell G. M.* (1993). Social representations and social identity // *Textes sur les Représentations Sociales*. Vol. 2. № 3. P. 1–217.
- Castells M.* (1977). *The urban question: a Marxist approach*. London: Edward Arnold.
- Castells M.* (1989). *The informational city: information, technology, economic restructuring and the urban-regional process*. Oxford: Blackwell.
- Davis M.* (1998). *Ecology of fear: Los Angeles and the imagination of disaster*. N. Y.: Metropolitan Books.
- Fischer C.* (1982). *To dwell among friends: personal networks in town and city*. Chicago: Chicago University Press.
- Gans H.* (1962). *Urbanism and suburbanism as ways of life: a re-evaluation of definitions // Human behavior and social processes: an interactionist approach* / Ed. A. M. Rose. Boston: Houghton Mifflin. P. 625–648.
- Janowitz M.* (1961). *The community press in urban settings: the social elements of urbanism*. Chicago: Chicago University Press.
- Lalli M.* (1992). Urban-related identity: theory, measurement, and empirical findings // *Journal of Environmental Psychology*. Vol. 12. № 4. P. 285–303.
- Lefebvre H.* (1970). *La révolution urbaine*. Paris: Gallimard.
- Lefebvre H.* (1996). *Writing on cities*. Cambridge: Blackwell.
- Mumford L.* (1996). What is the city? // *The city reader* / Ed. R. T. LeGates and F. Stout. London: Routledge. P. 183–188.
- Proshansky H. M.* (1978). The city and self-identity // *Journal of Environment and Behaviour*. Vol. 10. № 2. P. 147–169.
- Wellman B., Leighton B.* (1979). Networks, neighborhoods and communities: approaches to the study of the community question // *Urban Affairs Quarterly*. Vol. 14. № 3. P. 363–390.
- Zukin S.* (1995). *The cultures of cities*. Oxford: Blackwell.

The City as a Cultural Form

Aleksey Musiyezdov

Assistant Professor, V. N. Karazin Kharkiv National University

4 Svobody Sq., Kharkiv, Ukraine 61022

E-mail: musiyezdov@gmail.com

The article deals with the interpretation of the city as a cultural form. Rapid social changes lead to the problematization of personal certainty; in attempts to define their own identity people turn to the most obvious classifications, including the territorial ones. This actualizes the problems of urban identity. The peculiarity of the city as a social entity is the absence of urban community as a source of unambiguous patterns for identification. The contemporary “information society” only strengthens the existing diversity of urban residents and communities. Therefore, instead of the traditional interpretation of identification, it is proposed to consider urban identity in the logic of “imagined community” concept. The bases of urban identity are ideas about the city, not about the community. In search of a theoretical apparatus for describing the contents of these ideas the author refers to the concept of cultural form. It is used by L. Ionin in his concept of “cultural staging”. The “classic” sociological model argues that cultural patterns are formed on the basis of an objective social interest that becomes the basis for corresponding behavior. In a society undergoing a profound transformation, where the usual identification model had lost its own meanings and the “interest” is reduced to the necessity of survival, such a model is unlikely to work. The concept of cultural staging offers an explanation for the formation of cultural identities as the deployment of the patterns, which had been latent for some time, had not been embodied in the social practice.

Keywords: city, urban community, urban identity, imagined community, cultural staging, cultural form

References

- Abercrombie N., Hill S., Turner B.P. (2004) Zhiznennyj stil [Life-Style]. *Sociologicheskij slovar'* [Dictionary of Sociology], Moscow: Ekonomika, pp. 141.
- Anderson B. (2001) *Voobrazhaemye soobshhestva: razmyshlenija ob istokah i rasprostranenii nacionalizma* [Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism], Moscow: Kanon-Press-C, Kuchkovo pole.
- Bankovskaya S. (2001) Voobrazhaemye soobshhestva kak sociologicheskij fenomen [Imagined Communities as a Sociological Phenomenon]. *Voobrazhaemye soobshhestva: razmyshlenija ob istokah i rasprostranenii nacionalizma* [Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism], Moscow: Kanon-Press-C, Kuchkovo pole, pp. 5–16.
- Bauman Z. (2008) Gorod strahov, gorod nadezhd [City of Fears, City of Hopes]. *Logos*, no 3, pp. 24–53.

- Berger P., Luckmann T. (1995) *Social'noe konstruirovanie real'nosti: traktat po sociologii znaniija* [The Social Construction of Reality: A Treatise in the Sociology of Knowledge], Moscow: Medium.
- Breakwell G.M. (1993) Social Representations and Social Identity. *Textes sur les Représentations Sociales*, vol. 2, no 3, pp. 1–217.
- Butenko A. (1978) Obraz zhizni: sodержanie problemy i nereshennye voprosy [Way of Living: Content of the Problem and Unresolved Questions]. *Voprosy filosofii*, no 11, pp. 41–56.
- Castells M. (1977) *The Urban Question: A Marxist Approach*, London: Edward Arnold.
- Castells M. (1989) *The Informational City: Information, Technology, Economic Restructuring and the Urban-Regional Process*, Oxford: Blackwell.
- Castoriadis C. (2003) *Voobrazhaemoe ustanovlenie obshhestva* [The Imaginary Institution of Society], Moscow: Gnosis, Logos.
- Certeau M. de (2010) Prizraki v gorode [Ghosts in the City]. *Neprikosnovennyj zapas*, no 2, pp. 108–121.
- Davis M. (1998) *Ecology of Fear: Los Angeles and the Imagination of Disaster*, New York: Metropolitan Books.
- Ellin E. (ed.) (1997) *Architecture of Fear*, Princeton: Princeton Architectural Press.
- Fedosjuk Y. (2008) Meshhanstvo [Philistinism]. *Jenciklopedija russkogo byta XIX veka* [Encyclopaedia of Russian 19th Century Everyday Life]. Available at: http://wordweb.ru/en_ru_byt/10_01.htm (accessed 9 October 2013).
- Fischer C. (1982) *To Dwell Among Friends: Personal Networks in Town and City*, Chicago: Chicago University Press.
- Gans H. (1962) Urbanism and Suburbanism as Ways of Life: A Re-evaluation of Definitions. *Human Behavior and Social Processes: An Interactionist Approach* (ed. A.M. Rose), Boston: Houghton Mifflin, pp. 625–648.
- Garadja V. (2005) *Sociologija religii* [Sociology of Religion], Moscow: INFRA-M.
- Gnedovsky V. (2004) *Sovremennye problemy razvitija postindustrial'nogo obshhestva v gorodah SShA i Evropy* [Contemporary Problems of the Development of Post-industrial Society in Cities of USA and Europe]. Available at: <http://www.archipelag.ru/geoeconomics/postindustrializm/version/contemporary-problem/> (accessed 9 October 2013).
- Goffman E. (2003) *Analiz frejmov: jesse ob organizacii povsednevnogo opyta* [Frame Analysis: An Essay on the Organization of Experience], Moscow: Institut sociologii RAN.
- Gorky M. (1982) Zametki o meshhanstve [Notes on Philistinism]. *Russkaja literaturnaja kritika konca XIX — nachala XX veka* [Russian Literary Criticism of the End of 19th — Beginning of 20th Centuries], Moscow: Vysshaja shkola, pp. 178–184.
- Harvey D. (2010) Pravo na misto [The Right to the City]. *Commons*, no 2, pp. 8–17.
- Ionin L. (2004) *Sociologija kul'tury* [Sociology of Culture], Moscow: HSE.
- Janowitz M. (1961) *The Community Press in Urban Settings: The Social Elements of Urbanism*, Chicago: Chicago University Press.

- Kharlamov N. (2007) *Social'naja konstrukcija povsednevnosti v sovremennom metropolise* [Social Construction of Everyday Life in the Contemporary Metropolis]. Available at: http://people.hum.aau.dk/~nikita/files/texts/Kharlamov_2007_Povsednevnost.pdf (accessed 9 October 2013).
- Lalli M. (1992) Urban-Related Identity: Theory, Measurement, and Empirical Findings. *Journal of Environmental Psychology*, vol. 12, no 4, pp. 285–303.
- Lefebvre H. (1970) *La revolution urbaine*, Paris: Gallimard.
- Lefebvre H. (1996) *Writing on Cities*, Cambridge: Blackwell.
- Lisichkina A. (2011) *Modnyj stil' sasual* [Fashionable Style Casual] Available at: <http://www.m-oda.ru/product/modnyj-stil-sasual-universalnaja-i-komfortnaja-odezhda-dlja-aktivnoj-gorodskoj-zhizni/> (accessed 9 October 2013).
- Markuse G. (2002) *Jeros i civilizacija. Odnomernyj chelovek: issledovanie ideologii razvitogo industrial'nogo obshhestva* [Eros and Civilization. One-dimensional Man: Studies in the Ideology of Advanced Industrial Society], Moscow: AST.
- Maffesoli M. (1991) Okoldovannost' mira, ili Bozhestvennoe social'noe [Enchantment of the World, or Divine the Social]. *Socio-Logos*, Moscow: Progress, pp. 274–283.
- Mumford L. (1996) What Is the City? *The City Reader* (eds. R.T. LeGates, F. Stout), London: Routledge, pp. 183–188.
- OrientalCat I. (2011) *Stil' casual* [Casual Style]. Available at: <http://stylish.ru/2011/02/11/stil-casual/> (accessed 9 October 2013).
- Ortega-y-Gasset J. (2001) *Vosstanie mass* [The Revolt of the Masses], Moscow: AST.
- Park R. (2002) Gorod kak social'naja laboratorija [City as a Social Laboratory]. *Sociologicheskoe obozrenie*, vol. 2, no 3, pp. 3–12.
- Proshansky H.M. (1978) The City and Self-Identity. *Journal of Environment and Behaviour*, vol. 10, no 2, pp. 147–169.
- Sennet R. (2008) Kapitalizm v bol'shom gorode: globalizacija, gibkost', bezrazlichie [Capitalism and the City]. *Logos*, no 3, pp. 95–107.
- Simmel G. (2002) Bol'shie goroda i duhovnaja zhizn' [The Metropolis and Mental Life]. *Logos*, no 3, pp. 1–12.
- Simmel G. (2008) Jekskurs o chuzhake [The Stranger]. *Sociologicheskaja teorija: istorija, sovremennost', perspektivy* [Sociological Theory: History, the Present, Perspectives] (ed. A. Filippov), Saint-Petersburg: Vladimir Dal, pp. 9–13.
- Sinozhatskaja I. (2011) *Gorodskoj stil' odezhdy* [Urban Clothing Style]. Available at: <http://stylish.ru/2011/03/18/gorodskoj-stil-odezhdy/> (accessed 9 October 2013).
- Tabunov A. (2004) O meshhanstve i meshhanah [On the Philistinism and Philistines]. *Duel Newspaper*, no 45 (393), 9 nojabrja. Available at: <http://warrax.net/81/mezh.html> (accessed 9 October 2013).
- Vakhshtayn V. (2006) Sociologija veshhej i "povorot k material'nomu" v social'noj teorii [A Sociology of Things and "Material Turn" in Social Theory]. *Sociologija veshhej* [Sociology of Things] (ed. V. Vakhshtayn), Moscow: Territorija budushhego, pp. 7–42.
- Veblen T. (1984) *Teorija prazdnogo klassa* [The Theory of the Leisure Class], Moscow: Progress.

- Wellman B., Leighton B. (1979) Networks, Neighborhoods and Communities: Approaches to the Study of the Community Question. *Urban Affair Quarterly*, vol. 14, no 3, pp. 363–390.
- Wirth L. (2005) Urbanizm kak obraz zhizni [Urbanism as a Way of Life]. *Izbrannye raboty po sociologii* [Selected Works in Sociology], Moscow: INION, pp. 93–118.
- Yadov V. (1994) Social'naja identifikacija v krizisnom obshhestve [Social Identification in Crisis Society]. *Sociologicheskij zhurnal*, no 1, pp. 35–51.
- Zukin S. (1995) *The Cultures of Cities*, Oxford: Blackwell.