

Владислава Витальевна Судакова

Национальный исследовательский университет ИТМО, инженер Института дизайна и урбанистики,
Санкт-Петербург, Россия
e-mail: vladislavasudakova@yandex.ru

Символический капитал территории как ресурс ревитализации: методики выявления

Аннотация. В статье рассматривается понятие символического капитала города как производной локальной городской идентичности. Анализируются необходимые условия формирования символических ресурсов, составляющих данный вид капитала, для его успешного использования в проектных инициативах по территориальному развитию с целью создать методику оценки потенциала конвертируемости символического капитала в проектные инициативы по территориальному развитию.

Ключевые слова: город, символический капитал, символические ресурсы, городская идентичность, ревитализация.

Vladislava V. Sudakova

ITMO National Research University, Engineer of the Institute of Design and Urban Studies, Saint Petersburg, Russia
e-mail: vladislavasudakova@yandex.ru

Symbolic Capital of the Territory as a Resource of Revitalization: Methods of Identification

Abstract. The article considers the concept of symbolic capital of the city as a derivative of local urban identity. The necessary conditions for the formation of symbolic resources that make up this type of capital are analysed for its successful use in project initiatives for territorial development in order to create a methodology for assessing the potential of convertibility of symbolic capital into project initiatives for territorial development.

Keywords: city, symbolic capital, symbolic resources, urban identity, revitalization.

Введение (Introduction)

Философская рефлексия культуры последних десятилетий не обходит вниманием проблемы урбанизации и глобализации. Вопрос изучения символического капитала города, процессов его трансформации и накопления укладывается в эту исследовательскую парадигму. Урбанизация влияет на интенсификацию миграционных процессов, горожане становятся современными кочевниками, свободно меняя место жительства и перемещаясь из города в город. Следствием этого процесса становится разрушение символических связей между человеком и городом, что негативно сказывается на поддержании и сохранении локальной идентичности, а в итоге препятствует развитию и сохранению материальной культуры города.

Города, пытаясь противостоять этому тренду, соревнуются за привлечение инвестиционных потоков и квалифицированной (талантливой) рабочей силы, стремятся сконструировать новые формы конкурентных «символических» преимуществ, в основу которых ложится культура, креативность, а также местные сообщества, как совокупность уни-

кальных и аутентичных элементов городской среды. Это доказывает, что такие «мягкие» символические ресурсы, как престиж, узнаваемость и значимость, становятся важнейшим условием для успешного преобразования городской реальности. Коммодификация символического капитала территории рассматривается как новый механизм обновления городов [1].

Однако унифицированные решения, принимаемые в проектах трансформации городской среды, разрушают значимость и узнаваемость места. В таком случае именно переосмысление — ревитализация — городской идентичности может стать потенциалом для накопления и формирования новых символических ресурсов территории, которые, в свою очередь, станут основой для ее преобразования.

За ревитализацией городской идентичности, переосмыслением человеком самого себя как человека определенного места, следует процесс возрождения культурных практик, появление новых «символических маркеров» и далее — увеличение символического капитала города, его репутационных характеристик, узнаваемости и иных

конкурентных преимуществ в борьбе за местных жителей, туристов, инвестиции, которые могут быть конвертируемы в создание проектов, учитывающих локальные культурные особенности места.

Цель данной статьи — систематизировать существующие знания о символическом капитале города и установить взаимосвязь между ним и локальной идентичностью в городских трансформационных процессах, для того чтобы, проанализировав существующие кейсы, предложить методику оценки потенциала конвертируемости символического капитала в проектные инициативы по территориальному развитию.

Методы (Methods)

Достижение цели исследования осуществлялось в рамках междисциплинарного подхода к изучению городской культуры, проводился комплексный анализ теоретических основ проблематики идентичности, символических ресурсов, а также анализ существующих подходов выявления символического капитала территории с обоснованием их недостатков и преимуществ для учета в разрабатываемом методе, использовался метод кейс-стади.

Теоретическими основами данной статьи являются работы, в которых анализируется специфика существования символического капитала, прежде всего труды П. Бурдьё, а также исследования Н. Г. Федотовой, которая конкретизирует концепцию символического капитала в области территориального развития. Исследования городской идентичности опираются на концептуальные схемы работ Г. В. Горновой.

Результаты и обсуждение (Results and Discussion)

Понятие «символический капитал» сформулировано П. Бурдьё в середине XX в. П. Бурдьё выделил четыре формы капитала — экономический, культурный, социальный и символический, но уточняя, что символический капитал является особой формой; он при определенных условиях может быть частью любого из них [2, с. 60].

Применительно к городу понятие символического капитала начали использовать относительно недавно, подразумевая под ним совокупность символических ресурсов городской среды, таких как история места с его мемориальной культурой, природные особенности, престиж, культурные события и мероприятия, уникальные производства, городской бренд и пр. Это можно проиллюстрировать примером символического капитала Вологды, в который вошли и узнаваемый бренд молочной продукции, и знаменитая песня вокально-инструментального ансамбля «Песняры», прославившая на многие десятилетия город и его деревянное зодчество в странах постсоветского пространства. Для Ярославля символическим капиталом являются его уникальные храмы, тысячелетняя история, включение исторического центра в список Всемирного наследия ЮНЕСКО, знаменитые горожане (основатель первого в России драматического театра — Федор Волков, первая женщина-космонавт — Валентина Терешкова, художник-мультипликатор — Александр Петров и др.).

Сами по себе ресурсы не обладают значимостью, ценностью, не приносят прибыли. Всё это появляется в социо-

культурной коммуникации. В современных исследованиях наиболее популярно использование коммуникативной парадигмы для объяснения процесса накопления и формирования символического капитала места, которая подразумевает, что «...весь социокультурный опыт может быть представлен как совокупность коммуникативных процессов, а культура — как бесконечная цепь коммуникации, которая порождает всё новые и новые формы смыслов» [3, с. 142]. Символизация любого из ресурсов, составляющего символический капитал города, происходит за счет присвоения ценности элементам территории в ходе бесконечного коммуникативного процесса. Н. Г. Федотова рассматривает такие концепты, раскрывающие и формирующие символический капитал места, как:

- доверие к территории;
- символ места (как условно созданный бренд города, так и глубинный образ, опирающийся на исторический и культурный контекст);
- территориальная идентичность;
- коллективная память [3].

Однако, если мы обратимся к философско-антропологическим основаниям городской идентичности, мы можем заметить, что каждый из этих концептов — один из компонентов структуры городской идентичности. В данном случае под городской идентичностью мы понимаем «...устойчивые представления о себе как о жителе именно этого города», естественное ощущение связи с городом [4, с. 62]. Структура городской идентичности включает четыре компонента: когнитивный — отражающий комплексное представление человека об объективных характеристиках города (географического расположения, климата и т. д.); аффективный — представляющий эмоционально-чувственное восприятие когнитивных компонентов; ценностно-смысловой — как результирующая взаимодействие первых двух компонентов; практический — отвечающий за миграционные установки человека, за принятие им решения оставаться жить в городе и стараться менять его к лучшему или уезжать [4]. На основании этого можно прийти к выводу, что городская идентичность сама по себе является аккумулятором создания, сохранения, преобразования и накопления символических ресурсов города. За осознанием человеком себя причастным к территории идет ощущение сопричастия к ее традициям, истории, культуре и иным ресурсам, а как итог — их «символизация», наполнение дополнительными смыслами и ценностями. Так, когнитивный компонент городской идентичности будет выполнять «символизацию» таких ресурсов, как географическое расположение территории и ее природных особенностей, что отразится в аффективном компоненте, отвечающем за эмоциональное восприятие. Например, особенность Ярославля, расположенного на месте слияния двух рек — Волги и Которосли, воспринимается горожанами как объективно выгодное экономическое расположение, а аффективно — порождает сопричастность старинным традициям большого купеческого города с его знаменитыми речными торговыми путями.

Для того чтобы понять, как символический капитал может влиять на успешность городских преобразований, необходимо рассмотреть отношения городских преобразований

и городской идентичности. Любой процесс трансформации города может происходить извне, «насиловать» по отношению городской идентичности, создаваться руками приглашенных экспертов по имеющимся шаблонам в прикладных практиках. Вероятность успешного создания или преобразования символических ресурсов территории в этом случае будет зависеть от принятия местным сообществом новых территориальных маркеров, но без использования должных механизмов партисипации, а также комплексных исследований субъектности места вряд ли приведет к хорошему результату.

Примером такой попытки трансформации может послужить конфликт активного комьюнити г. Данилова и городской администрации, где в ходе благоустройства главной улицы не были учтены пожелания и уже выполненные работы представителей местного неформального молодежного Дома культуры. Предлагаемый проект формировал новые пространства и смыслы, не близкие локальному комьюнити, а кроме того, уничтожал существующие важные символические маркеры (например, фрагмент исторической брусчатки, который в свое время мечтали законсервировать жители как ценность среды), а как следствие, стал причиной оттока части активного населения Данилова [5].

Если же преобразование городской среды начинается с низовых инициатив, с переосмысления городской идентичности местным сообществом, которое может быть инициировано и одним человеком, то это аккумулирует новые символические смыслы территории. В таком случае трансформация городской среды преумножает символический капитал места — создает новые измерения связи между личностью и городом, значительно повышает конкурентоспособность города в борьбе за человеческие и иные ресурсы.

Иллюстрацией этому может служить известный кейс с коломенской пастилой, с рецепта которой и началась история возрождения Коломны. Так, местная жительница в 2008 г. организовала проект «История со вкусом», целью которого было возрождение старинных русских коломенских рецептов. Этот проект с течением времени привлек инвестиции в создание «Музея исчезнувшего вкуса». Цепная реакция запустила интерес к наследию Коломны и его капитализацию — в городе сформировался «творческий кластер» с множеством малых и средних компаний. Символический капитал в форме производства уникальной

местной продукции в процессе трансформации городской идентичности стал катализатором больших городских преобразований [6].

Данные кейсы смогут стать основанием для разработки методики исследования механизмов формирования символического капитала территорий и оценки его конвертируемости в проектные инициативы по территориальному развитию, которая позволит при создании таких проектов, как мастер-планы, стратегии территориального развития, брендинг территории, сократив временные, экономические и иные затраты, повысить качество предпроектного исследования и проектного предложения.

Первый шаг данной методики — выявление существующих ресурсов территории, которые потенциально могут носить символический характер. Второй — построение базы данных существующих ресурсов для последующей оценки степени их принятия местным сообществом (оценки актуальности ресурса, узнаваемости и значимости образа). А как итог — создание методических рекомендаций по их внедрению в различные проекты городских преобразований (рис. 1).

На первом этапе создания методики был выполнен анализ существующих способов выявления символических ресурсов территории, который показал, что современные исследования предлагают использовать социологические методы по выявлению символических ресурсов, которые можно разделить на полевые (работа «в поле» непосредственно с представителями локальных сообществ и городской средой) и камеральные (анализ существующих данных в публичном и информационном поле) (рис. 2).

Так, например, метод, используемый в работе Т. Власовой и К. Обухова, посвященной выявлению символического пространства Ижевска как ресурса развития территории, относится к полевым методам выявления символических ресурсов: использовались глубинные интервью с экспертами в сфере городского развития и количественный опрос горожан [7]. К минусам использования таких методов стоит отнести вероятность получить субъективный результат из-за недостаточной количественной выборки горожан или предвзятости местных экспертов, а как следствие — необходимость значительных временных и трудовых затрат для объективности исследования.



Рис. 1. Разрабатываемая методика исследования механизмов формирования символического капитала территорий и оценки его конвертируемости в проектные инициативы по территориальному развитию



Рис. 2. Существующие методы выявления символических ресурсов

Интересно, что Н. Г. Федотова выделяет как отдельный полевой метод выявления символических ресурсов: анализ визуальных компонентов позиционирования территории [3]. Безусловно, он, в отличие от количественных и качественных опросов, не зависит от субъективных оценок горожан, но есть угроза получить результат, отражающий личное мнение и восприятие непосредственно исследователя.

К камеральным методам выявления символических ресурсов территории, составляющих ее символический капитал, мы можем отнести анализ медиадискурса, публикаций средств массовой информации, контент-анализ вторичной информации (документов, программ, научных работ и статистических данных), а также анализ существующих точек притяжения с помощью геоинформационных систем. Первый и второй из данных методов использует Д. Ф. Полознев для выявления символических ресурсов Ярославля, не вполне корректно называя дальнейшую работу по созданию методической схемы систематизации полученного результата методом выявления символического капитала территории [8]. Безусловно, систематизация существующих в информационном пространстве потенциальных символических ресурсов — важная проблема современного научного дискурса, но всё же данный шаг идет после первоначального — по выявлению самих этих ресурсов.

Камеральные методы по выявлению символических ресурсов территории предоставляют относительно объективный характер, но всё же требуют больших временных затрат на поиск качественных исходных данных, включают возможность ошибки из-за человеческого фактора, так как зависят от обрабатывающего их результат человека.

Заключение (Conclusion)

Проблема изучения символического капитала города, процессов его трансформации и накопления обретает особую значимость в эпоху глобализации, когда происходит активное разрушение существующих символических связей между человеком и городом. Унифицированные решения, принимаемые в проектах трансформации городской среды, снижают привлекательность города для человека и лишают конкурентных преимуществ в борьбе за инвестиции, человеческие ресурсы и пр.

Оценка символических ресурсов города должна предшествовать созданию проектов территориального развития для их принятия местным сообществом, успешной реализации и субъектности. Для этого была разработана схема методики исследования механизмов формирования символического капитала территорий и оценки его конвертируемости в проектные инициативы по территориальному развитию.

Библиографический список

1. Avdikos V. Processes of Creation and Commodification of Local Collective Symbolic Capital; a Tale of Gentrification from Athens // *City, Culture and Society*. 2015. Vol. 6, issue 4. P. 117–123. DOI: 10.1016/j.ccs.2015.07.003
2. Бурдые П. Практический смысл. СПб. : Алетейя, 2001. 562 с.
3. Федотова Н. Г. Символический капитал места: понятие, особенности накопления, методики исследования // *Вестн. Том. гос. ун-та. Культурология и искусствоведение*. 2018. № 29. С. 141–155. DOI: 10.17223/22220836/29/13
4. Горнова Г. В. Визуально-семиотические аспекты городской идентичности // *Праксема. Проблемы визуальной семиотики*. 2019. № 3 (21). С. 62–74. DOI: 10.23951/2312-7899-2019-3-62-74
5. Андреев Д. В. Вовлечение детей и подростков в городские проекты. Опыт проекта «Другой Данилов» // *Городские исследования и практики*. 2021. Т. 6, № 3. С. 22–38. DOI: 10.17323/usp63202122-38
6. Колодня Г. В. Роль социального предпринимательства в развитии территории // *Экономика. Налоги. Право*. 2021. Т. 14, № 2. С. 84–91.

7. Власова Т. А., Обухов К. Н. В поисках «ижевского мифа»: символическое пространство города как ресурс развития территорий // Журнал социологии и социальной антропологии. 2021. № 24 (4). С. 196–220.

8. Полознев Д. Ф. Культурно-символические ресурсы территории: методика выявления и опыт применения // Проблемы краеведческой деятельности библиотек : сб. ст. и материалов. СПб. : Рос. нац. библиотека, 2021. Вып. 6. С. 13–26.

References

Andreev D. V. (2021) Vovlechenie detei i podrostkov v gorodskie proekty. Opyt proekta “Drugoi Danilov” [The Engagement of Children and Teens in Urban Projects. The Case of “Drugoy Danilov” Project], *Gorodskie issledovaniya i praktiki [Urban Studies and Practices]*, vol. 6, no. 3, pp. 22–38, doi: 10.17323/usp63202122-38 (in Russian)

Avdikos V. (2015) Processes of Creation and Commodification of Local Collective Symbolic Capital; a Tale of Gentrification from Athens, *City, Culture and Society*, vol. 6, issue 4, pp. 117–123, doi: 10.1016/j.ccs.2015.07.003 (in English)

Burd'e P. (2001) *Prakticheskii smysl [Practical Sense]**. Saint Petersburg, Aleteiya Publ., 562 p. (in Russian)

Fedotova N. G. (2018) Simvolicheskii kapital mesta: ponyatie, osobennosti nakopleniya, metodiki issledovaniya [Symbolic Capital of the Place: Notion, Peculiarities of Accumulation, Research Methods], *Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta. Kul'turologiya i iskusstvovedenie [Tomsk State University Journal of Cultural Studies and Art History]*, no. 29, pp. 141–155, doi: 10.17223/22220836/29/13 (in Russian)

Gornova G. V. (2019) Vizual'no-semioticheskie aspekty gorodskoi identichnosti [Visual Semiotics of City Identity], *Praksema. Problemy vizual'noi semiotiki [ПРАΞΗΜΑ. Problems Visual Semiotics]*, no. 3 (21), pp. 62–74, doi: 10.23951/2312-7899-2019-3-62-74 (in Russian)

Kolodnyaya G. V. (2021) Rol' sotsial'nogo predprinimatel'stva v razvitii territorii [The Role of Social Entrepreneurship in the Development of the Territory], *Ehkonomika. Nalogi. Pravo [Economics, Taxes & Law]*, vol. 14, no. 2, pp. 84–91. (in Russian)

Poloznev D. F. (2021) Kul'turno-simvolicheskie resursy territorii: metodika vyyavleniya i opyt primeneniya [Cultural and Symbolic Resources of the Territory: Methods of Identification and Experience of Application]*, *Problemy kraevedcheskoi deyatel'nosti bibliotek [Problems of Local History Activities of Libraries]**. Saint Petersburg, Rossiiskaya natsional'naya biblioteka Publ., issue 6, pp. 13–26. (in Russian)

Vlasova T. A., Obukhov K. N. (2021) V poiskakh “izhevskogo mifa”: simvolicheskoe prostranstvo goroda kak resurs razvitiya territorii [In Search of the “Izhevsk Myth”: The Symbolic Space of the City as a Resource for the Territory Development], *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noi antropologii [The Journal of Sociology and Social Anthropology]*, no. 24 (4), pp. 196–220. (in Russian)

* Перевод названий источников выполнен автором статьи / Translated by the author of the article.