УДК 130.2
Науч. спец. 5.7.8
DOI: 10.36809/2309-9380-2026-52-20-24

Галина Владимировна Горнова
Национальный исследовательский университет ИТМО, доктор философских наук,
доцент Института дизайна и урбанистики, Санкт-Петербург, Россия
e-mail: gornovagv@yandex.ru

Артемий Тимофеевич Кругликов
бакалавр философии, магистр цифровой урбанистики, независимый исследователь, Санкт-Петербург, Россия
e-mail: kruglikov.artemiy@gmail.com

Локальная идентичность в градостроительном развитии: маркеры и локусы идентичности

Аннотация. В статье представлена возможность использования концепции локальной территориальной идентичности в градостроительном развитии и индустрии девелопмента. Предлагается подход к формализации концепции локальной идентичности — вычленению маркеров и локусов идентичности для более точного использования гуманитарного знания в конкретных проектах. Маркеры локальной идентичности категоризируются в соответствии со структурой городской идентичности. Локус идентичности определяется как пространственное выражение маркера идентичности.

Ключевые слова: идентичность, локальная идентичность, городская идентичность, маркер, локус.

Galina V. Gornova
ITMO National Research University, Doctor of Philosophical Sciences,
Associate Professor of the Institute of the Design and Urban Studies, Saint Petersburg, Russia
e-mail: gornovagv@yandex.ru

Artemiy T. Kruglikov
Bachelor of Philosophy, Master of Digital Urbanism, Independent Researcher, Saint Petersburg, Russia
e-mail: kruglikov.artemiy@gmail.com

Local Identity in Urban Development: Identity Markers and Loci

Abstract. The article explores the potential application of the concept of local territorial identity within urban planning and the real estate development industry. It proposes an approach to formalising the concept of local identity by identifying specific identity markers and loci, thereby enabling a more precise application of insights from the humanities to concrete projects. Local identity markers are categorised according to the structure of urban identity, while an identity locus is defined as the spatial manifestation of an identity marker.

Keywords: identity, local identity, urban identity, marker, locus.

Введение (Introduction)

Идентификация индивида в современном мире не является простой задачей ввиду возрастающей сложности жизни и интенсификации социальных процессов. Устоявшееся недоверие к метанарративам, возникшее в постмодерне, сделало процесс самоидентификации еще более проблематичным [1]. «Текучая современность» с ее поверхностностью и кратковременностью межсубъектных связей, отсутствием жесткой привязанности к социальным структурам актуализировала потребность в локальной территориальной идентичности [2]. Информационное общество показало индивиду, что мир слишком большой и не контролируется им полностью. Представление о возможности контроля — часть базовой потребности в безопасности; фрустрация

© Горнова Г. В., Кругликов А. Т., 2026

Для цитирования: Горнова Г. В., Кругликов А. Т. Локальная идентичность в градостроительном развитии: маркеры и локусы идентичности // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2026. № 3 (52). С. 20–24. DOI: 10.36809/2309-9380-2026-52-20-24

Статья доступна на условиях лицензии
Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

этой потребности переживается крайне тяжело, поэтому люди стремятся уменьшить масштабы окружающего мира до размеров, поддающихся осмыслению [3]. В первую очередь возможность устойчивой идентификации с локальными структурами дает место проживания, вследствие чего проблема идентичности и ее локальных модусов представляется актуальным предметом исследования.

Обращение к проблематике идентичности в сфере градостроительства не просто стало устойчивой тенденцией, но и получило закрепление в нормативной документации: учет идентичности в градостроительных проектах является одним из главных критериев в национальном проекте «Формирование качественной городской среды»; одним из определяющих критериев в «Индексе качества городской среды» («Дом.РФ»); отражено в Требованиях к архитектурно-градостроительному облику (АГО) объекта капитального строительства (ОКС) и Правилах согласования АГО ОКС (Постановление Правительства РФ от 29 мая 2023 г. № 857); является критерием отбора на Всероссийском конкурсе лучших проектов создания комфортной городской среды в малых городах и исторических поселениях. Представители индустрии сформировали отчетливый запрос на понимание того, чем же является локальная территориальная идентичность, и на формализацию инструментов для работы с ней.

В статье предлагается исследовать возможность использования таких понятий, как локусы и маркеры идентичности, в качестве инструментов для территориального планирования и градостроительного развития.

Объектом исследования является локальная территориальная идентичность в градостроительном развитии. Предметом — подход к выявлению локусов идентичности при планировании развития городских территорий. Цель работы — разработка подхода к выявлению локусов идентичности при планировании развития городских территорий.

Гипотеза исследования: в результате анализа локальной территориальной идентичности может быть найдена возможность выявления локусов идентичности и их учета при развитии городских территорий.

Методы (Methods)

В качестве методологической базы исследования использовался комплекс взаимодополняющих методов. Так, применялся феноменологический метод, позволяющий изучать процесс идентификации человека с определенной территорией и формирование аффективно-ценностного отношения к ней в виде переживания. Герменевтический подход использовался для выявления маркеров идентичности и анализа локальных нарративов. Структурно-категориальный анализ позволил систематизировать маркеры локальной территориальной идентичности в соответствии со структурой городской идентичности.

Литературный обзор (Literature Review)

Специфика идентификационных процессов в современном обществе отражена в классических трудах Ж.-Ф. Лиотара, З. Баумана, М. Кастельса [1; 2; 3]. Механизмы формирования локальной идентичности, связанные с пространственной структурой города и переживаниями человека, описываются К. Линчем [4] и И-Фу Туаном [5]. Социально-психологические аспекты городской идентичности, ее ценностные основания, коммуникативная парадигма топонимики, связь городской идентичности с поведенческими практиками и ее базовое свойство быть основой формирования устойчивых местных обществ являются актуальными исследованиями последних лет [6; 7; 8; 9; 10]. Культурологический инструментарий категоризации смысла городской идентичности для уменьшения разрыва между концептуализацией категории идентичности в философско-культурологических исследованиях и возможностью «точечного», внятного и понятного использования категориального аппарата гуманитарных наук в архитектурно-градостроительной практике предложен в работах Г. В. Горновой, Д. В. Воронина, Н. А. Костко, Н. Г. Федотовой [11; 12; 13]. К практикам манипулятивного использования локальной идентичности для коммодификации имиджа территории, симулирования брендирования вместо опоры на символические ресурсы территории, важные для городских сообществ, настойчиво и последовательно привлекает внимание М. Ю. Тимофеев [14]. С проблематикой локальной идентичности связаны исследования миграционного оттока наиболее активного и трудоспособного населения, показывающие то, как истощается человеческий капитал территории и снижается социально-экономическая устойчивость регионов [15]. Осмысление практик использования категории идентичности субъектами профессиональной деятельности раскрывается Г. Н. Малышевым в этнографическом исследовании архитектурного бюро [16].

Результаты и обсуждение (Results and Discussion)

В концепции К. Линча ясный и понятный образ города складывается из восприятия людьми его локальных элементов: путей, границ, районов, узлов и ориентиров. В формировании такого образа одну из ключевых ролей играют районы как части города, которые обладают устойчивым узнаваемым характером. Именно на этом уровне складывается ощущение «освоенного» городского пространства, тогда как целостный образ города представляет собой результат сборки множества таких локальных восприятий [4]. И-Фу Туан феномен возникновения сильной локальной идентичности объясняет постепенным накоплением личных и коллективных воспоминаний в пространстве города, длительное проживание и взаимодействие со средой формируют топофилию — особое отношение человека к месту [5].

Возможность выявления определенных пространственных или физических маркеров территориальной идентичности можно связать с концепцией культурных ареалов как территориально ограниченных видов культуры, развиваемой А. Кребером, так как любая культура укоренена в природе и всегда соотносится с той территорией, на которой она развивается [17].

Конкретные выражения ключевых смыслов идентичности, которые в рамках данного исследования обозначаются как «маркеры идентичности», могут отражать связь с местом, например, через обращение к истории, уникальным

природным объектам, особенностям местного быта, известным личностям или другим знаковым чертам. В таком случае маркеры территориальной идентичности можно определить как конкретные знаковые носители, которые аккумулируют информацию об образе территории [13].

Маркеры категоризируются по основным смысловым элементам, в связи с которыми происходит идентификация. Выделение категорий можно произвести в соответствии со структурой идентичности, с ее когнитивным, аффективным, ценностно-смысловым и практическим компонентами. Каждому из компонентов соответствует отдельная группа маркеров идентичности. Материалом для вычленения маркеров могут быть геопривязанные данные, содержащиеся в комментариях 2ГИС, Яндекс-карт; данные, полученные из парсинга социальных сетей; контент-анализ публикаций, непосредственно связанных с исследуемой территорией, а также уточнение этих данных методами качественных исследований — ментальным картированием, полуструктурированными интервью и пр.

К когнитивным маркерам можно отнести представления о локальной географии, особенностях ландшафта или облика территории. К ним же принадлежат представления о демографическом составе территории или ее экономическом статусе. Можно предположить, что идентичность с территорией в данном случае будет выражаться за счет тех характеристик, которые люди считают преимуществами рассматриваемого места по отношению к другим местам. К примеру, когнитивными маркерами идентичности могут быть такие выражения, характеризующие территорию, как «здесь живут молодые», «центр», «здесь особенная природа».

Категория аффективных маркеров обозначает общее эмоциональное отношение к месту. Она включает оценки восприятия территории, обозначения состояний индивида, находящегося на ней. Набор таких маркеров представляет собой спектр эмоционально окрашенных характеристик, к примеру «очень красиво», «спокойствие» или «безопасность».

К ценностно-смысловым маркерам относятся детали культурно-исторического контекста территории, включая «пантеон героев», набор исторических и вымышленных личностей, имеющих отношение к месту. Например, важным аспектом территориальной идентичности может стать связь с историческими личностями: «здесь жил и творил Пушкин». Также в эту категорию можно включить нарративы, связанные с восприятием пространства, представлениями о его месте в городе, а также с людьми, проживающими или использующими рассматриваемую территорию. В отличие от когнитивных маркеров, которые фиксируют реальный факт («Пушкин здесь действительно жил»), эти маркеры отличаются субъективной ценностной коннотацией, разделяемой массовым сознанием.

Практические маркеры отражают поведенческие практики, миграционные установки, например «здесь хочется остаться жить» или «я рассчитываю, что перееду отсюда». Также они могут описывать предпочтительные виды активности на территории: «здесь хорошо гулять» или «удобно заниматься спортом».

Возникает вопрос соотнесения маркера идентичности с конкретной территорией, поскольку смысл, которым люди наделяют вернакулярный район, знаковый объект на территории, особую атмосферу, присущую городскому пространству, далеко не всегда имеет конкретную территориальную привязку. Для решения этого вопроса и поиска пространственной корреляции смыслового содержания маркеров предлагаем использовать рабочее понятие «локус идентичности». Этимологически «локус» означает «место», «участок», указывает на отграниченность, закрытость пространства, локус является одновременно и местом, и вместилищем [18].

Таким образом, локус идентичности — это конкретная пространственная структура, которая вмещает и выражает смысл определенного аспекта идентичности территории. Или, используя введенную терминологию, можно определить локус идентичности как пространственное выражение маркера идентичности.

Выявленные локусы могут различным образом соотноситься с локальной идентичностью и являться проявлением разных категорий и видов ее маркеров. К примеру, маркером территориальной идентичности определенной местности могут выступать такие категории, как спокойствие или умиротворенность. Локусом идентичности в таком случае выступает конкретное место, например сквер или парк, где эти характеристики проявляются в наибольшей мере. Выявить эти локусы можно, например, по конкретным геопривязанным комментариям к картам или отзывам в социальных сетях.

В градостроительстве обращение к территориальной идентичности происходит достаточно давно. В качестве неоднозначного примера работы с идентичностью в градостроительных проектах можно привести работы архитектора Фрэнка Гери. Его подход к проблеме идентификации можно охарактеризовать как постмодернистский. Проект музея Гуггенхайма в Бильбао реализован с использованием логики деконструкции, в таком случае идентичность основывается скорее не на прошлом территории, а на обеспечении потенциального включения любой идентичности в спроектированное пространство. Подобный прием позволяет сформировать идентичность в тех местах, которые были заброшены, пришли в упадок [19].

Преимуществом подобного «антиисторичного» подхода, не апеллирующего к устоявшимся культурным ценностям, можно назвать то, что он позволяет создавать более универсальные в плане восприятия формы городского пространства. Обеспечение потенциала актуализации оригинальных и разнообразных интерпретаций со стороны отдельных людей или социальных групп с другой культурой является особенно важным в контексте существования мультикультурных или мультиэтнических городских сообществ.

Подобный подход применяется скорее для тех пространств, которые изначально задуманы как мультикультурные, как, к примеру, музей или крупный спортивный комплекс. Подобные проекты можно расценивать как проявление глобализации, скрывающейся за «мультинационализацией», вопреки тенденциям к глокализации, актуальным в современном обществе. Поэтому важно критически подходить к их оценке. Концентрация маркеров «универсальности» и «глобальности» может в итоге приводить к тому, что

городское пространство, рассчитанное «на всех», не способно принадлежать никому. Наверное, наиболее характерным и радикальным примером такого «интернационального» пространства, сталкивающегося с проблемой смысловой пустоты, может служить случай г. Бразилиа, построенного «с нуля» [20].

В качестве позитивного примера можно привести подход японского архитектурного бюро Nikken sekkei, получивший название «Неоэкзотизм». Он основывается на признании и сохранении уникального культурного контекста территории проектирования и предлагает использовать его в качестве источника вдохновения. Таким образом компания предлагает избегать коммерциализированных клише и отражать в проектах культурную самобытность места и его жителей. Предполагается, что сохранение культурной идентичности путем внедрения ее в современный дизайн способно стать одним из ключевых факторов, способствующих развитию сообществ, вызывающих чувство гордости и связывающих разные культуры. Студия предлагает подход, в котором современные решения сочетаются с воспроизведением маркеров местной идентичности: элементов местной символики, архитектуры, искусства, поэзии, флоры и фауны. Примером реализации такого подхода может послужить концепция нового генплана для Бишкека, в разработке которого участвует японское бюро, а также курорт Imarat на оз. Иссык-Куль. В ходе разработки проекта были учтены и использованы культурные образы, мифы, древние орнаменты [21].

В отечественной градостроительной практике работа с идентичностью активно используется в девелопменте, в этой сфере она рассматривается не как социально сконструированная сущность или эссенциальный феномен, а как практическая категория, управляемый проектный ресурс, повышающий эффективность девелоперского проекта за счет того, что четко артикулируемая идентичность в маркетинговом нарративе подчеркивает его уникальность и отличия от других подобных проектов, например, при комплексном развитии территории на окраине города или на землях сельхозназначения, где историко-культурная идентичность изначально отсутствует, а природные образы не вдохновляют [22].

Девелоперские проекты работают с территорией на более локальном уровне, не на уровне города, а на уровне района. В качестве примера проектов, в которых актуализируется локальная территориальная идентичность, можно привести проект жилого комплекса «Пшеница» в пос. Краснообск, реализованный девелоперской компанией «Брусника» [23]. В ходе разработки данного проекта учитывался социокультурный контекст территории. Поселок был построен для сотрудников Сибирского отделения Всесоюзной академии сельскохозяйственных наук им. Ленина (ВАСХНИЛ), и проект ориентирован на сохранение истории места и уважение к идеям первых архитекторов ВАСХНИЛа и локальной идентичности. В Новосибирске этой же компанией был реализован проект квартала «Мылзавод». На территории застройки исторически располагалось промышленное предприятие, выпускавшее мыло, — проект сохраняет историю места через название и элементы индустриальной эстетики в архитектуре [24].

С точки зрения формирования социальной среды интересен опыт реализации проекта «Доброград» во Владимирской области [25]. Проект построенного «с нуля» города учитывает особенности местных природных условий и ориентирован на формирование особого социального контекста. Одними из основных идей проекта являются создание городского комьюнити и активная интеграция горожан в процессы управления поселением. Архитектурные и планировочные решения, реализуемые в Доброграде, также направлены на создание среды, располагающей к открытости и постоянной коммуникации местного сообщества. К примеру, архитектурный код проекта не подразумевает строительство заборов.

Подобный подход к идентичности в градостроительстве не является широко распространенным, и поэтому чаще всего приходится сталкиваться скорее с негативными примерами, связанными с работой с идентичностью в застройке. При работе с территориальной идентичностью девелоперские компании и архитектурные бюро выявляют ее маркеры и локусы (не используя эту терминологию и получая менее четкие представления о локальной идентичности). Выявление маркеров, как правило, является результатом архивного анализа или работы с экспертными группами, и только в редких и наиболее успешных проектах девелоперы проводят социально-антропологические обследования территории. Мы считаем, что категоризация маркеров позволяет структурировать информацию о локальной идентичности места, а работа с концептом локуса идентичности — структурировать пространственные точки привязанности и использовать полученные данные в проектировании.

Заключение (Conclusion)

В целом можно сказать, что локальная территориальная идентичность является достаточно актуальным концептом как для отечественной, так и для зарубежной градостроительной практики. Однако его использование не является повсеместным, несмотря на то что его важность и продуктивность подчеркиваются множеством теоретических источников. Также стоит отметить, что в рамках рассмотренных проектов применение понятия «идентичность» зачастую может не иметь концептуальных оснований или выработанного подхода к ее выявлению, учитывающего восприятие жителей. В отдельных случаях данный концепт используется в качестве риторического приема, простого способа повысить маркетинговую привлекательность проекта [16]. Более широкое и осознанное применение концепта требует предварительной разработки четко структурированного подхода к анализу локальной идентичности и метода выявления ее локусов.

1. Лиотар Ж.-Ф. Состояние постмодерна / пер. с фр. Н. А. Шматко. М. : Ин-т эксперимент. социологии ; СПб. : Алетейя, 1998.160 с.

2. Бауман З. Текучая современность. СПб. : Питер, 2008. 240 с.

3. Castells M. The Power of Identity. Chichester : Wiley-Blackwell, 2010. 592 p.

4. Линч К. Образ города / пер. с англ. В. Л. Глазычева ; под ред. А. В. Иконникова. М. : Стройиздат, 1982. 328 с.

5. Tuan Y.-F. Space and Place. Minneapolis : University of Minnesota Press, 2001. 235 p.

6. Озерина А. А. Городская идентичность как социально-психологический феномен // Вестн. Волгогр. гос. ун-та. Сер. 7 : Философия. 2016. № 4 (34). С. 135–138. DOI: 10.15688/jvolsu7.2016.4.15

7. Тучина О. Р., Аполлонов И. А. Исследование ценностных оснований идентичности с местом проживания: субъектный подход // Российский психологический журнал. 2024. № 21 (3). С. 92–111. DOI: 10.21702/rpj.2024.3.6

8. Кузнецова А. В., Петрулевич И. А. Городская идентичность и образ города в коммуникативной парадигме топонимики // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2021. Т. 12, № 4. С. 1–7. DOI: 10.15862/43SCSK421

9. Blokhina V., Kasyanova D. City Identity and Pro-Environmental Behavior: A Mixed-Methods Study Using Heat Mapping // International Journal of Open Information Technologies. 2025. No. 12. P. 85–89.

10. Городские локальные идентичности как основа формирования устойчивых местных сообществ. Исследование общегородских идентичностей жителей Владимира, Смоленска, Ярославля / И. В. Задорин, Р. В. Евстифеев, П. Л. Крупкин [и др.]. М. : [б. и.], 2016. 120 с.

11. Горнова Г. В., Воронин Д. В. Локальная идентичность в градостроительном развитии: культурологический инструментарий категоризации смысла // Вестн. Ом. гос. пед. ун-та. Гуманитарные исследования. 2024. № 1 (42). С. 24–28. DOI: 10.36809/2309-9380-2024-42-24-28

12. Костко Н. А. Показатели городской идентичности как элемента социального пространства города // Журнал социологии и социальной антропологии. 2022. Т. 25, № 1. С. 190–216. DOI: 10.31119/jssa.2022.25.1.7

13. Федотова Н. Г. Символические маркеры территориальной идентичности в брендинге города (на примере Великого Новгорода) // Брендинг как коммуникативная технология XXI века : материалы III Всерос. науч.-практ. конф. СПб. : С.-Петерб. гос. эконом. ун-т, 2017. С. 115–118.

14. Тимофеев М. Ю. Стимулирование территориальной идентичности и симулирование брендинга места // Вестн. Перм. федер. исслед. центра. 2014. № 5. С. 41–47.

15. Toruńczyk-Ruiz S., Brunarska Z., Piekut A. Beyond National Identity: The Positive Role of Local Identity in Shaping Attitudes to International and Internal Migration // Group Processes & Intergroup Relations. 2026. No. 29. P. 281–301.

16. Малышев Г. Н. Концепт идентичности в современной российской архитектурно-градостроительной практике как инструмент профессиональной легитимации: этнография одного бюро // Городские исследования и практики. 2024. № 4. С. 40–53. DOI: 10.17323/usp94202440-53

17. Кребер А. Л. Избранное: Природа культуры / пер. с англ. М. : Рос. полит. энцикл. (РОССПЭН), 2004. 1008 с.

18. Прокофьева В. Ю. Категория пространство в художественном преломлении: локусы и топосы // Вестн. Оренбург. гос. ун-та. 2005. № 11. С. 87–94.

19. Tzonis A. Santiago Calatrava. The Poetics of Movement. London : Thames and Hudson ; New York : Universe, 1999. 139 p.

20. Пучков М. В. Глобализация и идентичность в архитектуре современных городов // Изв. Урал. федер. ун-та. Сер. 1 : Проблемы образования, науки и культуры. 2013. № 3. С. 140–147.

21. Imarat Resort // Nikken Sekkei : [сайт]. URL: https://www.nikken.co.jp/en/projects/residential/imarat_resort.html (дата обращения: 18.04.2026).

22. Дмитриев А. В. Идентичность как проектный ресурс: как застройщики и смежные профессионалы рынка используют понятие «идентичность» в современном городском девелопменте // Фольклор и антропология города. 2026. Т. 8, № 2. С. 42–58.

23. ЖК Пшеница // Брусника : [сайт]. URL: https://sibakademstroy.brusnika.ru/projects/pshenica/?utm_source=2gis (дата обращения: 18.04.2026).

24. Квартал Мылзавод // Брусника : [сайт]. URL: https://sibakademstroy.brusnika.ru/projects/mylzavod/?ysclid=mu2phppi4431391824 (дата обращения: 18.04.2026).

25. Доброград : [сайт]. URL: https://dobrograd.ru/about/ (дата обращения: 18.04.2026).