

УДК 316.72+394

EDN MOPMXG

doi: 10.17072/2949-5601-2025-2-45-57



Лысенко Олег Владиславович,

кандидат социологических наук, доцент,
доцент кафедры культурологии и социально-гуманитарных технологий
Пермский государственный национальный исследовательский университет
614068, г. Пермь, ул. Букирева, 15
oleg-lysenko@yandex.ru
Scopus AuthorID:
ORCID: 0000-0003-2605-9126
SPIN-код: 1429-7480

Самсонова Анастасия Дмитриевна,

старший преподаватель кафедры культурологии,
музыковедения и музыкального образования
Пермский государственный гуманитарно-педагогический университет
614990, г. Пермь ул. Сибирская, 24
samsonova_ad@pspu.ru
Scopus AuthorID:
SPIN-код: 7417-1213

ЭМОЦИИ КАК СОСТАВНАЯ ЧАСТЬ ГОРОДСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Статья посвящена рассмотрению роли эмоций в конструировании территориальной идентичности. Вначале авторы рассматривают проблему социологической интерпретации понятий «чувства» и «эмоции», выясняют соотношения эмоциональной и когнитивной сфер в сознании человека и доказывают применимость теоретических схем интерпретации понятий «нация» и «этнос» к территориальным сообществам и территориальной идентичности. Затем авторы показывают на примере теоретического (умозрительного) эксперимента, как чувства и эмоции участвуют в процессах возникновения и развития территориальных сообществ, эволюционируя от нейтрального, «нулевого» уровня эмоциональной связи к устойчивому чувству солидарности. Среди инструментов формирования территориальных идентичностей и чувственно-эмоциональных переживаний, их сопровождающих, авторы обращают особое внимание на языковые практики, историческую память и административные границы территорий, рассматривая при этом взаимодействие процессов конструирования территориальных сообществ в контексте национального государства. Завершается статья отдельным рассмотрением роли медиаисточников (кинематографа, телевидения, видеоконтента в социальных сетях и мессенджерах) в процессах формирования территориальной идентичности и эмоций, их сопровождающих.

Ключевые слова: территориальная идентичность, городская идентичность, историческая память, языковые практики, инструменты формирования территориальной идентичности, чувства, эмоции. Пермь, Пермский край.

Ссылка для цитирования: Лысенко О.В., Самсонова А.Д. Эмоции как составная часть городской идентичности // Социальные и гуманитарные науки: теория и практика. – 2025. – № 2(13). – С. 45–57. <http://dx.doi.org/10.17072/2949-5601-2025-2-45-57>. EDN MOPMXG

Oleg V. Lisenko,

PhD of Sociological, Associate Professor,
Associate Professor at the Department
of Cultural Studies and Social Humanities Technologies
Perm State University
15, Bukireva str., Perm, 614068
oleg-lysenko@yandex.ru
Scopus AuthorID:
ORCID: 0000-0003-2605-9126
SPIN-code: 1429-7480

Anastasiya D. Samsonova,

Senior Lecturer at the Department
of Cultural Studies, Musicology and Music Education
Perm State Humanitarian Pedagogical University
24, Sibirskaya St., Perm, 614990
samsonova_ad@pspu.ru
Scopus AuthorID:
SPIN-code: 7417-1213

EMOTIONS AS A COMPONENT OF TERRITORIAL IDENTITY

The article examines the role of emotions in the construction of territorial identity. Initially, the authors consider the problem of sociological interpretation of the concepts of “feelings” and “emotions”, clarify the relationship between the emotional and cognitive spheres in human consciousness, and prove the applicability of theoretical schemes for interpreting the concepts of “nation” and “ethnos” to territorial communities and territorial identity. The authors then demonstrate through a theoretical (speculative) experiment how feelings and emotions participate in the processes of emergence and development of territorial communities, evolving from a neutral, “zero” level of emotional connection to a stable sense of solidarity. Among the tools for forming territorial identities and the affective-emotional experiences that accompany them, the authors pay special attention to linguistic practices, historical memory, and administrative territorial boundaries, while examining the interaction of processes of constructing territorial communities in the context of the nation-state. The article concludes with a separate consideration of the role of media sources (cinema, television, video content on social networks and messengers) in the processes of forming territorial identity and the emotions that accompany them.

Keywords: territorial identity, urban identity, historical memory, linguistic practices, tools for forming territorial identity, feelings, emotions. Perm, Perm Krai.

For citation: Lisenko O.V, Samsonova A.D. [Emotions as a component of territorial identity]. *Social'nye i gumanitarnye nauki: teoriya i praktika* [Social Sciences and Humanities: Theory and Practice], 2025, issue 2 (13), pp. 45–57 (In Russian), <http://dx.doi.org/10.17072/2949-5601-2025-2-45-57>, EDN MOPMXG

Введение

Даже беглый взгляд на историю употребления термина «идентичность» за последние 20–30 лет показывает широкий спектр самых разнообразных смыслов, вкладываемых в него. Жанр статьи плохо подходит для описания всех перипетий употребления этого понятия, поэтому ограничимся указанием на два самых важных, на наш взгляд, момента.

Во-первых, чаще всего авторы прибегают к понятию идентичности при описании наций и этносов. Самые известные и самые глубокие работы, оперирующие понятием идентичности (например, «Нации и национализм» Э. Геллнера [8], «Воображаемые сообщества» Б. Андерсона [2], «Этничность без групп» Р. Брубейкера [6], «Нации и национализм» Э. Хобсбаума [19], «Смыслы социальной жизни. Культурсоциология» Дж. Александера [1] и проч.), посвящены процессам конструирования именно этих социокультурных феноменов. В ходе изучения наций был разработан обширный методологический аппарат, предложены убедительные схемы анализа и объяснения того, как возникает и действует национальная и этническая идентичность. Возникает вопрос, насколько методологические приемы работы с понятиями национальной и этнической идентичности применимы к другим видам социальных идентичностей, вправе ли мы заимствовать теоретические находки из одной сферы исследований для использования в смежных сферах.

Во-вторых, понятие идентичности сегодня вышло далеко за пределы научного поля, превратилось, пользуясь словами Р. Брубейкера и Ф. Купера, из категории анализа в категорию практики, на основании чего последние даже отказывают термину в пригодности для использования в аналитических целях. Впрочем, речь в работе этих авторов идет скорее о переосмыслении онтологического статуса понятия на гносеологический в том смысле, что идентичность отныне необходимо рассматривать как способ осмысления повседневных практик коллективных и индивидуальных агентов, как элемент габитуса (в понимании П. Бурдьё), а не социальной действительности. Такое понимание идентичности лежит в основе так называемого когнитивного поворота в социальных науках [10], видящего социальную жизнь как сферу, управляемую не «объективными» социальными законами, а коллективными представлениями, создаваемыми, в первую очередь, благодаря «символическому насилию» групп и институтов, находящихся во власти. Однако само название «когнитивный поворот» подталкивает исследователей к другой крайности – сосредотачиваться на когнитивной составляющей, оставляя без должного внимания эмоциональную составляющую общественной жизни. Поэтому второй вопрос, который мы ставим перед собой, – как именно участвуют эмоции в формировании идентичности, насколько велика их роль, и что, в конечном счете, первично в процессах идентификаций – когниции, т. е. смыслы, или эмоции, т. е. переживания.

Методологические рамки исследования роли эмоций в формировании территориальной идентичности

На первый поставленный вопрос мы даем утвердительный ответ: выработка любых форм социальных идентичностей происходит, вероятно, по схожим сценариям. Можно предложить два аналитических аргумента в пользу этой точки зрения.

Аргумент первый. Если мы трактуем и национальную, и территориальную идентичности как явления одного порядка, по необходимости мы должны признать возможность схожести их проявлений, источников и механизмов выработки. Назначение научного понятия – более или менее точно дать определение группе явлений, охарактеризовать то общее, что просматривается за многообразием единичного. И если национальная идентичность и идентичность территориальная отличаются друг от друга по сути, мы должны будем изобрести для них разные термины.

Аргумент второй. В инструментальных определениях национальной, этнической и территориальной идентичностей присутствует как минимум один общий признак – апелляция к

территории. Национальная идентичность складывается в границах государства, сущностным признаком которого является контролируемая территория, визуализированная картографией [2]. Этническая идентичность также чаще всего оказывается связанной с той или иной территорией, выступая «строительным материалом» для наций (особенно в рамках наций «крови и почвы») или играя роль маркера при формировании культурно-национальных регионов во многих федеральных государствах. В последние десятилетия связь этническо-национального с территорией укрепляется еще и процессами территориального брендинга, часто использующего этническую культуру для повышения привлекательности города и региона. Разумеется, эти аналитические аргументы нуждаются в дальнейшей верификации.

Ответ на второй вопрос не столь однозначен и потребует интервенции в смежные науки, прежде всего – в психологию и когнитивистику. Не чувствуя себя специалистами в этих сферах, мы ограничимся анализом только некоторых работ, посвященных проработке связи эмоций с социологической проблематикой, а именно социологической трактовке эмоций и связи эмоций с социальными смыслами, т. е. с когнитивной сферой.

Начнем с того, что у понятия эмоций в психологических науках определений не меньше, чем у понятия идентичности в социальных. Основная терминологическая трудность возникает в различении эмоций от других феноменов психической жизни – аффектов, чувств, настроений. В.И. Ильин сводит разнообразные решения этого вопроса к трем основным сценариям: «1) термины «чувство» и «эмоция» употребляются как синонимы; 2) соотношение данных понятий рассматривается на основе параметра видовое/родовое; 3) чувства и эмоции трактуются как самостоятельные психические явления [11]. Сам автор предпочитает третий подход как наиболее подходящий для социологического исследования. Он предлагает вслед за некоторыми авторами трактовать чувство как внутренний «бессознательный оценочный психофизиологический процесс», протекающий в психике человека, а эмоцию – как «внешнее, поддающееся наблюдению, проявление чувств, часто имеющих скрытый характер». Ссылаясь на работы А. Хохшильд, Г. Шульце, Дж. Пайна и Дж. Гилмора В.И. Ильин показывает, что природа чувств двояка: с одной стороны, по крайней мере часть из них первичны по отношению к обществу и культуре (злость, страх, удивление, печаль, отвращение и радость), с другой – общество предписывает своим членам необходимость испытывать те или иные чувства в определенных ситуациях, воздействуя «мягкими» инструментами через «азбуку чувств», в которой прописаны правила их переживания в разных ситуациях и в соответствии с исполняемой социальной ролью. При этом проконтролировать исполнение таких правил практически невозможно. Напротив, эмоции, т. е. проявление чувств, контролируются достаточно эффективно, они явлены всем окружающим, а потому становятся социальными фактами.

Аналогично решается вопрос о соотношении чувственно-эмоциональной и когнитивной сфер. По мнению И.А. Солодиловой, в настоящее время существуют следующие подходы к решению этой проблемы: 1) чувственно-эмоциональная и когнитивная сферы являются автономными и не пересекающимися системами; 2) когнитивные компоненты определяют и моделируют чувственно-эмоциональные состояния и процессы; 3) чувственно-эмоциональные компоненты определяют и моделируют когнитивное; 4) обе сферы основаны на общих принципах и потому не могут быть четко разделены; 5) «эмоциональное и когнитивное представляют собой две различные системы, которые, однако, работают не независимо друг от друга, а обнаруживают взаимодействие разного рода, основываясь на одних и тех же фундаментальных принципах» [16]. Последний подход автор признает наиболее адекватным и,

ссылаясь на работы М. Шварц-Фризель, выделяет особую роль чувственно-эмоциональной сферы в таких когнитивных процессах, как понимание эмоций других людей, выражение собственных чувств и в производство оценок окружающего мира.

Определение эмоций как социальных фактов, возникающих на базе чувств, и признание включенности чувственно-эмоционального элемента в когнитивный образ мира позволяет нам перейти к ответу на вопрос, какую роль играют чувства и эмоции в формировании территориальной (в том числе городской) идентичности.

Чувства и эмоции в процессе конструирования территориальной идентичности

Рассмотрение места чувств и эмоций в процессах территориальной идентификации возможно двумя способами: в рамках теоретической (умозрительной) схемы образования территориальных сообществ и в контексте реальных социальных процессов, по аналогии с процессами формирования идентичности наций. Первый способ поможет нам проследить динамику и роль чувств и эмоций при формировании сообществ, второй позволит сосредоточить внимание на инструментах формирования идентичностей. Мы используем оба способа.

Место эмоций в процессе формирования территориальных сообществ: общая схема

Примеры создания новых территориальных обществ «с нуля» в истории редки, если вообще встречаются. Даже если рассматривать ситуацию первых поселенцев на пустых землях, мы столкнемся с влиянием прежних национальных, этнических или территориальных сообществ. Поэтому описание общей схемы работы эмоций в процессе формирования территориальной идентичности возможно только в рамках мысленного эксперимента.

Предположим, речь идет о группе людей, не знакомых друг с другом ранее и волею случая оказавшихся на необитаемом острове¹. Скорее всего, точкой отсчета формирования идентичности этого сообщества станут обстоятельства попадания на остров, особенно если они были травматичными (согласно теории П. Штомпки [21]). Чтобы не усложнять наши рассуждения, вынесем эти обстоятельства за скобки. Трудно сказать, сколько времени понадобится этим людям на формирование новой общности, но можно утверждать, что это произойдет не сразу, это произойдет практически неизбежно, и это произойдет на основании отождествления себя с данной местностью и друг с другом.

Нулевой, начальный этап формирования новой территориальной общности будет характеризоваться нулевым уровнем эмоциональных связей и предельной атомизированностью (напомним, они друг друга не знают, равно как им не знаком остров). Но рано или поздно схожие условия жизни, схожие проблемы и переживания станут почвой для общения, а затем и для выработки общих практик (как это видели П. Бергер и Т. Лукман в своих рассуждениях о генезисе социальных институтов) и правил поведения. Институционализируясь, практики и правила приобретают легитимацию и воплощаются в сакральные ритуалы, а участие в последних, по Э. Дюркгейму [9], усиливает общие переживания и приводит к формированию чувства солидарности между членами сообщества.

Параллельно с формированием групповой идентичности в таком сообществе будет укрепляться и эмоционально-когнитивная связь с местностью. Необходимость выстраивания коммуникации ради решения практических задач неизбежно порождает языковые игры, частью которых в новой местности должен быть топографический нейминг, помогающий новому обществу преодолевать изначальное чувство чужбины, наделять те или иные части тер-

¹ Прием, разумеется, заимствован нами из бессмертного труда П. Бергера и Т. Лукмана «Социальное конструирование реальности». См: [4].

ритории собственными смыслами, «присваивать» новую территорию и включать ее в свой жизненный мир. Одновременно наличие естественной границы среды обитания приводит к пониманию доступной территории как естественного, а значит законно занимаемого места обитания. Восприятие территории как присвоенного, доступного и законного участка пространства делает ее символом данного сообщества, «домом», обитание в котором наделяет индивидов статусом членов.

Будучи сформированным, территориальное сообщество будет поддерживать идентичность своих членов через постоянное воспроизводство языковых практик, ритуалов и институтов, актуализирующих чувства любви к «новой родине» и преданности новому сообществу в предписанных эмоциональных формах.

Таким образом, чувственно-эмоциональные переживания и связанная с эмоциями когнитивная работа, изначально инициируемые необходимостью выживания, а впоследствии сложившимися обычаями и традициями, сами становятся практиками особого рода, которые мы назовем эмоционально-когнитивными. Далее будет интересно проанализировать, как они вырабатываются в реальных процессах конструирования территориальных сообществ.

Эмоционально-когнитивные практики и инструменты конструирования территориальной идентичности: «карта», «словарь», «музей»

Обобщение работ классиков конструктивистского подхода в области изучения наций позволяет выделить три основных инструмента конструирования «воображаемых обществ»: «карту», т. е. коллективные представления о территориальных границах, занимаемых сообществами, «словарь» – набор языковых средств выработки общей культуры и «музей» – т. е. историческую память. Опишем работу этих инструментов в ходе конструирования территориальных через оптику эмоционально-когнитивных практик.

Границы города или региона, вычерченные на бумаге или в Яндекс-картах, может и не обладают такой же яркой визуальностью и принудительной силой, как границы государственные [12], но их воздействие на повседневность общества не менее значимо. Они определяют право на доступность социальных благ, величину выплачиваемых налогов, наличие транспортной путей, престижность или, напротив, ущербность местоположения жилья и т. д. Властные полномочия также действуют в пределах границ территорий, делая местности «провинцией», а другие – «центрами». Ежедневные практики управления приучают чиновников, бюджетников, предпринимателей и силовиков чувствовать территориальные границы через необходимость сдавать отчеты, просить помощи или ездить на совещания в местные столицы, исподволь вырабатывая чувство «принадлежности» региону, городскому округу или муниципальному району. Злые языки могут назвать это «стокгольмским синдромом», но мы скажем иначе – это еще один путь выработки территориальной идентичности и даже локального патриотизма.

Еще более ярким примером работы условной «карты» являют собой вернакулярные районы, границы которых существуют прежде всего в сознании жителей территорий [14]. Иногда существование подобных районов используется для развития туризма, гражданской активности или девелоперских проектов, но ярче всего воздействие этого рода «карты» на территориальные (в данном случае микролокальные) идентичности в российских городах проявляется на примере криминализированных территориальных сообществ, возникающих в типичных «заводских слободах» или в спальных районах – печально известных казанских, екатеринбургских, подмосковных и прочих группировок [7, 14]. Эмоциональная составляющая подобного рода территориальных сообществ хорошо описана в публицистике и научных публикациях [2; 8].

Влияние локальных языков (условного «словаря») на формирование территориальной идентичности во многом аналогично влиянию национальных языков на появление наций: они обеспечивают эксклюзивную систему коммуникаций, понятную и эмоционально одобряемую прежде всего своими носителями. Но если государство проводит языковую политику через образование, СМИ и искусство, территории пользуются иными инструментами. Часто это диалектизмы, становящиеся яркими символами локальных и региональных сообществ. Уместно вспомнить кейс с публикацией в 2013 году в Перми сувенирного словаря «По-пермски говоря», включавшего около 300 пермских слов и выражений. Статья в известной онлайн-энциклопедии, посвященная этому изданию, указывает научного редактора и автора предисловия профессора И.А. Подюкова, известного исследователя пермских диалектов¹, но умалчивает об авторе идеи и непосредственном руководителе этого проекта – Е.Г. Трегубовой, что мы и спешим исправить в этой публикации. Тираж первого издания словаря разошелся мгновенно, впоследствии было допечатано еще несколько тиражей, а само издание получило престижные награды на федеральном и международном уровнях. Этот словарь стал эффективным инструментом актуализации чувства принадлежности к городу и региону: «После выхода в свет словаря “пермский язык” превратился в настоящий территориальный бренд – его начали отличать от прочих говоров даже неспециалисты, а сами пермяки теперь *гордятся* (курсив наш – О.Л., А.С.) своим уникальным “региолектом”», – говорится в статье одного интернет-издания².

Далее, к языковым (в широком смысле этого слова) инструментам выработки территориальной идентичности можно отнести геральдику и иные визуальные символы, призванные пробуждать у жителя территории чувства гордости, сопричастности или умиления в связи с территорией. Помимо гербов, к таковым можно отнести природные объекты – реки, горы, пещеры, камни (например, пермский селенит, иркутский чароит или ульяновский симбирцит); памятники людям и событиям, связанным с территорией; художественные промыслы (обнинская роспись, тавлинская игрушка, каслинское литье), арт-объекты («Красные человечки» в Перми), персонажей литературных и народных произведений (Хозяйка медной горы, байкальский Бродяга). Эмоциональный контекст восприятия такого рода символов заслуживает отдельного исследования с помощью средств семиотики, визуальной социологии и культурсоциологии. Пока же ограничимся двумя примерами из Сибири. В Иркутске официальный геральдический символ, благодаря курьезному историческому случаю получивший странное имя Бабр и не менее странный вид, сочетающий черты кошки и бобра, превратился почти в фольклорного персонажа, присутствующего в местной топонимике, туристических проспектах и постах блогеров³. Другой, еще более яркий пример – памятник А.П. Чехову в Томске, «глазами пьяного мужика, лежащего в канаве и не читавшего “Каштанку”». Он появился как самоироничный локальный ответ на нелюбимые воспоминания известного русского писателя о посещении города, отметившего местную скуку, пьянство, грязь.

Последний пример показывает, что роль ироничных чувств в формировании территориальной идентичности явно недооценена как в научных исследованиях, так и в прикладной

¹ По-пермски говоря. Пермь, 2013. URL: https://rusneb.ru/catalog/004034_000032_PEGUB-RU_Пермская+ГОУБ_0000108876/?ysclid=mcua2zk3d6843254297 (дата обращения: 02.06.2025).

² Там же.

³ Амосова Д. Мистическое животное на гербе Иркутска: кто такой бабр и где он живет. URL: https://travel.rambler.ru/local/47506984/?utm_content=travel_media&utm_medium=read_more&utm_source=copylink (дата обращения: 02.06.2025).

деятельности. Наиболее яркими примерами ироничного переосмысления официальных городских нарративов может выступать еще одна разновидность языковых практик – так называемая «народная» топонимика, не щадящая ни официальные символы (например – наименование сквера с памятником В.И. Ленину «У лысого»), ни вернакулярные сообщества (переименование официального наименования пермского микрорайона Закамска в «Зоокамск» или в «Замиссисипинск»).

Наконец, историческая память, ставшая в последние десятилетия предметом многочисленных научных и публицистических исследований, вносит свой неоценимый вклад в формирование чувственно-эмоциональных переживаний, связанных с территорией. На примере исторической памяти лучше всего виден сплав эмоционального и когнитивного компонентов в общей картине мира, поскольку историческая память, в отличие от исторической науки, по определению представляет собой эмоционально окрашенный образ прошлого, содержащий коллективные нарративы и оценочные суждения [17].

Как и в случае с литературным языком, государство обладает более значительными ресурсами, чем территориальные сообщества, чтобы утвердить в историческом массовом сознании прежде всего собственную версию памяти, нацеленную на нациостроительство. В государственной конструкции исторической памяти территориальным и локальным сообществам отводится место своеобразных «помощников» в деле укрепления государства и нации, что легко заметить в практиках официального закрепления за городами и территориями особого символического статуса – «город первых Советов» (Иваново), «родина Ильича» (Ульяновск), «окно в Европу» и «колыбель революции» (Санкт-Петербург), «Опорный край державы» (Урал). Историческая память локальных сообществ, в свою очередь, может строиться либо на принятии правил этой игры, либо на выработке собственных исторических нарративов, имеющих альтернативное по отношению к официальному историческому нарративу содержание. Ярким примером подобного рода альтернативного творчества являются романы и публицистика Алексея Иванова, посвященные Перми и Пермскому краю («Сердце Пармы»), Екатеринбургу («Ё-бург»), Тобольску (Тобол), а также деятельность представителей «пермистики» – своеобразного объединения, творившие «мифы идентичности 1990-х – 2000-х гг.» [22].

Разумеется, это далеко не полный список инструментов формирования территориальных идентичностей и чувственно-эмоциональных переживаний, с ними связанных. Таковым может стать едва ли не любая культурная форма, если она будет подана через оптику специфического локального содержания. Для иллюстрации этого тезиса мы рассмотрим еще один инструмент формирования территориальных самотождествлений и эмоций, ярко проявившийся последние два десятилетия, – цифровые медиа.

Медиа: социальные сети, кино/сериалы и видеоконтент как источник формирования территориальной идентичности

Идея о том, что медиа играют одну из наиболее важных ролей в формировании идентичности (в том числе и территориальной), не вызывает сомнений. Но вопрос о том, как именно это происходит, останется не до конца понятным. Нас же интересует сам механизм – как и с помощью каких практик это происходит.

Как уже говорилось ранее, одной из характеристик идентичности является конструирование «воображаемых сообществ». Медиа, путем создания наиболее простого для декодирования формата контента, помогает людям, не знакомым друг с другом, почувствовать себя принадлежащими к общему пространству (и/или времени). Через создание визуального и

зачастую эмоционально окрашенного нарратива (трагические события, социальная несправедливость, дети/старики/животные), а также «вечных тем», медиа формируют самоидентификацию потребителя как участника, ведь каждый из нас может пережить подобные ситуации.

Еще в середине XX в. Г.М. Маклюэн сформулировал концепцию «глобальной деревни» [15], описывающую сообщество людей, объединенных электронными коммуникациями. Для такого рода коммуникации физическое расстояние не существенно, границы пространства-времени стираются, происходит сближение людей на основе общих интересов, ценностей. Можем предположить, что создание каналов, пабликов в социальных сетях, а также иного видеоконтента является иллюстрацией данной концепции. Пользователю часто интереснее наблюдать за контентом, созданным в той же локации, в которой он проживает, т. к. он узнает местность, людей, а иногда даже себя. В свою очередь, нарративы, транслируемые территориальными медиа, конструируют идентичность, рассказывая об общественной и культурной жизни. Здесь стоит отметить тот факт, что данные нарративы не всегда отражают реальность (хоть и максимально приближены к ней), а являются ее репрезентацией. Но этого хватает для того, чтобы сформировать представление о едином пространстве, необходимое для конструирования территориальной идентичности [13]. Рассмотрим, с помощью каких составляющих может конструироваться идентичность жителей определенной территории в медиа.

Во-первых, географическое пространство. Медиа отмечают различные точки на карте в своих материалах, рассказывая о новостных событиях, местах отдыха, фестивалях, кафе, ресторанах и т. д., тем самым определяют географическое положение сообщества. Кроме того, в текстах присутствуют топонимы, о которых мы ранее упоминали, они в свою очередь служат маркером «своего», а также объединяют читателя и автора контента – мы как будто говорим на «одном языке».

Во-вторых, акцент на культурном своеобразии. Своеобразие театральной, фестивальной, образовательной жизни заставляет жителя идентифицировать себя с определенной территорией. Для Перми данный аспект имеет особое значение, поскольку «Пермский культурный проект» даже спустя десятилетие после завершения остается актуальным нарративом в медиа. Стоит отметить, что не только позитивные нарративы работают на формирование территориальной идентичности, но вообще любые, вызывающие эмоции. Таковыми будут являться нарративы, имеющие негативные коннотации, например, упоминание в СМИ о затянувшемся строительстве пермского зоопарка всегда будет собирать множество откликов и становиться букварной одной из черт образа города Перми. Еще эмоциональнее будут звучать трагические нарративы, транслируемые не только в местных СМИ, но и в федеральных.

Выбор кино- и видеопродукции как примера работы инструмента конструирования территориальной идентичности не случаен. Производство и потребление видеоконтента растет во всем мире, о чем свидетельствуют отчеты ведущих мировых и российских интернет-площадок, специализирующихся на этом виде медиапродукции (см.: ^{1 2 3}). Это легко объясняется, прежде всего, развитием доступности как производства, так потребления видеокон-

¹ Runube. URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Компания:RuTube_\(Путьюб\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Компания:RuTube_(Путьюб)) (дата обращения: 02.06.2025).

² Сколько видео в день выкладывают на ютуб люди? А сколько смотрят? Метрика 2013 – 2023 и что это значит! URL: <https://vc.ru/id2166684/914446-ckolko-video-v-den-vykt> (дата обращения: 02.06.2025).

³ Онлайн-видео (мировой рынок). URL: [https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Онлайн-видео_\(мировой_рынок\)](https://www.tadviser.ru/index.php/Статья:Онлайн-видео_(мировой_рынок)) (дата обращения: 02.06.2025).

тента благодаря распространению смартфонов и постоянному пополнению рядов интернет-пользователей. Записать видео сегодня проще, чем написать пост или создать картинку. Но нам также интересна и другая сторона этого явления – благодаря низкому порогу доступности производство видеоконтента стало удобной площадкой для самопрезентации агентов во всех сферах жизни, включая практики идентификации.

Весь объем кино- и видеопродукции можно разделить на несколько сегментов.

- Традиционное художественное кино. Этот вид медиапродукции развивается уже более 100 лет и по-прежнему закрывает значительный сегмент всего медиарынка. По понятным причинам, этот сегмент наиболее контролируем государством (напрямую, через субсидии и гранты, либо косвенно, через влияние на крупнейшие кинокомпании).

С точки зрения влияния на интересующие нас процессы конструирования идентичностей, этот вид медиапродукции чаще ориентирован на формирование общегражданской идентичности (в особенности при производстве патриотического кино), в чем особенно преуспела кинокомпания «ТриТэ» Н. Михалкова. Региональные сюжеты звучат в большом кино не часто, а если и берутся в качестве исходного материала, зачастую подвергаются переделке. Классический пример такого рода изменений – внесение в сценарий фильма «Сердце Пармы», снятого по роману А. Иванова, сцены с речью Ивана III, манифестирующего идею национального строительства: «Я хочу со всех князей шапки посшибать, все народы перемешать, чтоб по всем нашим землям от Смоленска до Чердыни не было бы чердынцев, тверяков, московитов, русинов, чудинов, а все были русские». Этот анахронизм в тексте романа отсутствует.

В некоторых фильмах в качестве «регионального» компонента могут выступать местные достопримечательности – архитектура или природа (например, Каменный Город – ландшафтный геоморфологический памятник природы регионального значения в фильме «Последний богатырь. Корень зла»). Но если это и работает на воспроизводство территориальной идентичности, то весьма ограниченно, в пределах относительно небольшого числа зрителей, способных его узнать на экране.

Пожалуй, одним из немногих примеров кино, работающего на конструирование территориальной идентичности, является якутский кинематограф, создавший более 150 художественных фильмов за последние 20 лет, многие из которых окупались в прокате [3]. Во многом это стало возможным благодаря финансовой и организационной поддержке со стороны региональных властей.

- Документальный кинематограф. В силу специфики (небольшие бюджеты, большое количество независимых режиссеров, отсутствие ориентации на прокатный успех) в документальном кино региональные сюжеты представлены чаще, чем в художественных фильмах. Часто в поисках интересной натуры документалисты активно эксплуатируют темы дикой природы, локальных «гениев места» или региональной, иногда городской истории. Пожалуй, одним из наиболее ярких примеров документального кино, посвященного регионам, является минисериал «Хребет России», снятый Леонидом Парфеновым и Алексеем Ивановым в 2008–2009 гг. об Урале. Впрочем, других документальных фильмов, сходных по масштабу и качеству исполнения на аналогичную тематику, с тех пор не выходило. Поэтому мы вынуждены констатировать, что ввиду малой численности аудитории документальных фильмов в целом, и документальных фильмов на региональные темы влияние такого рода медиапродукции на процессы территориальной идентификации невелико.

- Телесериалы являются еще одним популярным видом видеоконтента, в котором могут присутствовать территориальные маркеры идентичности и которые могут оказать влияние на процессы конструирования территориальной идентичности. Большинство телевизионных сериалов, как и художественных кинофильмов, подобной тематикой не интересуются, но некоторые примеры доказывают, что при умелом подходе эксплуатация локальной специфики может оказаться весьма успешной. Прежде всего, это сериал «Реальные пацаны», с большим успехом стартовавший на телеканале ТНТ в 2010 г. Парадируя провинциальную «пацанскую» культуру и одновременно переводя ее в разряд глокализованных культурных продуктов, сериал сделал узнаваемым и пермский говор, и пермских артистов, и саму Пермь. На примере этого сериала можно проследить еще одно важное свойство наиболее значимых инструментов конструирования идентичностей: они лучше всего работают, обращаясь изначально не к местной аудитории, а к внешнему потребителю, формируя узнаваемый и принимаемый образ, который бумерангом возвращается чувством гордости и уникальности к местным жителям [5].

Примером такого рода поворота послужит рассказ об одном случае, услышанный авторами от непосредственного участника. В период наибольшей популярности сериала в Пермь приехала делегация молодых специалистов из одной добывающей компании в Сибири. Местная жительница, их коллега, сопровождала делегацию во время визита. После посещения всех «обязательных» для туристов и командировочных городских достопримечательностей она спросила гостей, чего еще они хотели бы увидеть. Гости ответили, что мечтают увидеть героев сериала. По стечению обстоятельств, девушка была знакома с исполнителями главных ролей, а сами актеры в этот момент действительно находились в Перми. Договорившись с последними по телефону о встрече, она решила разыграть приезжих, объяснив, что увидеть «пацанов можно», но «это не безопасно» и лучше ограничиться рассматриванием их из автобуса. В назначенное время делегация прибыла на условленное место, а актеры вышли на улицу. Насладившись в полной мере зрелищем фотографирования «пацанов» из-за стекла автобуса, рассказчица призналась в розыгрыше и повела гостей знакомится по настоящему. Рассказчик делился об этом с нескрываемым удовольствием.

Еще одним примером удачного продукта на региональном материале является сериал «Территория», снятый в жанре фолк-хоррора на основе коми-пермяцкого фольклора. Несмотря на смешанные отзывы критиков, этот сериал стал еще одним лидером по просмотрам в России в 2020 г.

- Туристические рекламные ролики, пожалуй, самый откровенный вид медиапродукции с точки зрения воздействия на чувства своих потребителей. Как и в случае с большими художественными картинами, они нацелены скорее на внешнего потребителя, но выступают важным подспорьем при контактах с Другими, когда чувство идентичности актуализируется, а индивид наиболее остро нуждается в дополнительном подкреплении чувства гордости за принадлежность к местному сообществу.

- Самым простым, но и самым распространенным видом видеопродукции о территориях в современном мире являются, наверное, видеоролики, снимаемые обычными туристами, а часто и самими местными жителями «на память». Они не всегда выкладываются в публичный доступ, они не рассчитаны на широкого зрителя и часто сняты самым незамысловатым образом. Но не стоит недооценивать их значение: согласно исследованиям в области современных цифровых коммуникаций, «как правило, мы читаем то, чем поделились наши друзья.

“Кто поделился” важнее, чем “какая газета написала”. Мы доверяем новости, если доверяем виртуальному другу» [18]. В этих малозаметных в публичном пространстве творениях смешаны и тяга к творческому самовыражению, и самопрезентация, и апелляция к коллективным чувствам. Рассылаемые миллионами и сотнями миллионов «кружки», ролики и просто фото той или иной местности, ее достопримечательностей и символов трудно поддаются учету и анализу. Но в одном можно не сомневаться – это низовой инструмент выработки чувств восхищения локальным и гордости за свою причастность к нему работает не хуже, если не лучше, чем самые изощренные операторы и режиссеры.

Заключение

В завершение хотелось бы подчеркнуть несколько идей, имеющих важное значение для дальнейших исследований в этой области.

Во-первых, всякая идентичность, и территориальная в том числе, представляет собой когнитивную конструкцию, построенную, с одной стороны, на индивидуальных чувствах, а с другой – на практиках, нарративах, классификациях и оценках, социальных по своему происхождению. Понятая таким образом идентичность становится предметом, при изучении которого могут сотрудничать такие разные отрасли социального знания, как социология эмоций, анализ социального пространства, социология власти и социология повседневности.

Во-вторых, идентичность, понимаемая как самоотождествление индивида с определенной воображаемой общностью, возникает в процессе участия индивида в разного рода практиках, не только дискурсивных и телесных, как утверждал М. Фуко, но и в практиках, которые мы можем назвать эмоциональными и когнитивными, т. е. в практиках по интериоризации, а иногда и доконструирования уже существующих социальных таксономий, включая определение своего места в предлагаемом социальном порядке. На первых этапах группообразования такие практики будут работать на конструирование идентичности. В рамках уже сложившегося сообщества они будут работать на ее поддержание и адаптацию к меняющемуся миру. Это утверждение верно и для территориальных сообществ.

В-третьих, понимание общей схемы участия чувственно-эмоциональных переживаний в процессах конструирования территориальных идентичностей, а также выделение основных инструментов конструирования эмоционально-когнитивного образа территории открывает нам путь к анализу многих конкретных кейсов, что и было показано на примере цифровых медиа в Перми и Пермском крае. Мы надеемся в дальнейшем продолжить эту тему на материалах эмпирических исследований.

Библиографический список

1. Александер Д. Смыслы социальной жизни: Культурсоциология. М.: Праксис, 2013. 640 с.
2. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма. М.: Кучково поле, 2016. 416 с.
3. Аргылов Н.А., Охлопкова У.В. Факторы формирования и развития регионального кино в России: якутский феномен // Меди@льманах. 2022. № 6(113). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/factory-formirovaniya-i-razvitiya-regionalnogo-kino-v-rossii-yakutskiy-fenomen> (дата обращения: 02.06.2025). DOI: 10.30547/mediaalmanah.6.2022.107117 EDN: FAAWJA
4. Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности. Трактат по социологии знания. М.: Медиум, 1995. 323 с.

5. Бочаров Т., Стивенсон С. Жизнь по понятиям: уличные группировки в России. М.: Страна ОЗ, 2017. 304 с.
6. Брубейкер Р. Этничность без групп. М: Издательский дом Высшей школы экономики (ВШЭ), 2012. 408 с.
7. Гараев Р. Слово пацана. Криминальный Татарстан 1970–2010-х. М.: Individuum, 2020. 624 с.
8. Геллнер Э. Нации и национализм. М: Прогресс, 1991. 319 с.
9. Дюркгейм Э. О разделении общественного труда. М., 1996. 256 с.
10. Завьялова М.П. Когнитивный «Поворот» в науке и философии // Вестн. Том. гос. ун-та. Философия. Социология. Политология. 2012. № 2(18). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kognitivnyy-povorot-v-nauke-i-filosofii> (дата обращения: 01.06.2025). EDN: OYHZFT
11. Ильин В.И. «Чувства» и «Эмоции» как социологические категории // Вестник Санкт-Петербургского университета. Социология. 2016. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chuvstva-i-emotsii-kak-sotsiologicheskie-kategorii> (дата обращения: 01.06.2025). DOI: 10.21638/11701/spbu12.2016.402 EDN: YPVEHD
12. Ингольд Т. Линии: краткая история. М.: Ad Marginem, 2024. 245 с.
13. Каблуков Е.В. Региональная идентичность россиян в дискурсе СМИ: теоретические аспекты научного моделирования // Известия Уральского федерального университета. Сер. 1: Проблемы образования, науки и культуры. 2018. № 3. С. 23–29. EDN: YKVTRJ
14. Казакова Г.М. Региональная идентичность, вернакулярный район и Российский «Низовой регионализм» // Вестник ЧГАКИ. 2016. № 4(48). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/regionalnaya-identichnost-vernakulyarnyy-rayon-i-rossiyskiy-nizovoy-regionalizm> (дата обращения: 01.06.2025). EDN: XHNKXX
15. Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Становление человека печатающего. М.: Академический проект, 2022. 443 с.
16. Солодилова И.А. К вопросу о соотношении понятий «Эмоция» и «Когниция» // Вестник Башкирск. ун-та. 2009. № 4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/k-voprosu-o-sootnoshenii-ponyatiy-emotsiya-i-kognitsiya> (дата обращения: 01.06.2025). EDN: JWRXKR
17. Филиппова Е.И. История и память в эпоху господства идентичностей: беседа с действительным членом Французской Академии историком Пьером Нора // Этнографическое обозрение. 2011. № 4. С. 75–84. EDN: OBGSUZ
18. Хаусов Д.С. Цифровая личность как социологический документ: Шерлок Холмс и проблема метода // Социология. 2025. № 3. С. 6–14.
19. Хобсбаум Э. Нации и национализм после 17080 года. М: Алетейя, 2017. 308 с.
20. Шашкин А.В., Салагаев А.Л. Деликвентные группировки в современной России: история возникновения и теоретические подходы к исследованию // Девиантное поведение: методология и методика исследования / под ред. М.Е. Поздняковой. М.: Реглант, 2004. С. 138–159. URL: <https://www.isras.ru/publ.html?id=1432&printmode> (дата обращения: 02.06.2025).
21. Штомпка П. Социальное изменение как травма // Социологические исследования, 2001. № 1. С. 6–16.
22. Янковская Г.А. Молотовский коктейль для травмированного общества // Вестник Пермского университета. Серия: История. 2012. № 2(19). С. 155–156.