

**ВЕЛИКИЙ НОВГОРОД ГЛАЗАМИ НОВГОРОДЦЕВ:
К ВОПРОСУ О СТРУКТУРЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ
VELIKY NOVGOROD THROUGH THE EYES OF THE NOVGORODIANS:
TO THE QUESTION OF THE TERRITORIAL IDENTITY STRUCTURE**

*Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ и
Новгородской области в рамках научного проекта № 16-13-53002
«Территориальная идентичность как символический ресурс региона»*

Аннотация: Статья посвящена эмпирическому анализу структуры территориальной идентичности с точки зрения ее символического потенциала. Впервые публикуется часть результатов исследования, проведенного в Великом Новгороде.

Summary: The article is devoted to the empirical analysis of the structure of territorial identity from the point of view of its symbolic potential. A part of the research results conducted in Veliky Novgorod is published for the first time.

Ключевые слова: территориальная идентичность, образ города, маркеры идентичности, Великий Новгород.

Key words: territorial identity, image of the city, identity markers, Veliky Novgorod.

Исследования территориальной идентичности приобретают в современной научной среде все большую популярность вследствие актуализации ее ресурсного потенциала для успешного развития городов и регионов. В частности, символический ресурс территориальной идентичности нередко используется в рамках брендинга территорий и маркетинга мест. Современные исследователи справедливо отмечают, что территориальная идентичность является тем конкурентным преимуществом среди других территорий, которую следует использовать в качестве основы для брендинга места и создания его репутации [1]. Позитивное восприятие территории возможно через культивирование территориальных символов, концептов, образов. Отсюда повышается значимость исследований, направленных на выявление структурных компонентов территориальной идентичности, а также условий, факторов и траекторий ее формирования.

Одним из способов эмпирического исследования структуры территориальной идентичности города, является анализ его идентификационных маркеров, на основе которых происходит фиксация пространственной информации о городе, осуществляется отождествление с городом. Символические маркеры территориальной идентичности [2], которые могут быть выражены в визуальной и вербальной форме, аккумулируют и

«упаковывают» информацию о территории в конкретных знаковых носителях (картинки, слова, символы и т.д.).

В данной статье представлена лишь часть результатов полевого исследования территориальной идентичности в Великом Новгороде, проведенного в 2016 году, которое включало целый ряд аспектов: от социально-психологических характеристик восприятия города до выявления механизмов конструирования идентичности города. В работе будет сделан акцент на тех маркерах территориальной идентичности, которые могут использоваться в качестве символического ресурса города.

Эмпирический срез был получен с помощью опроса жителей города (53 чел.) с включением в случайную выборку квот по возрасту, полу и времени проживания в городе, а также опроса экспертов (23 чел.) из областей власти, бизнеса, науки, а также из СМИ, церкви и гражданской общественности. Поскольку рамки данной работы не позволяют подробно остановиться на специфике исследования и методологии сбора информации, отметим лишь некоторые особенности. Опрос обеих групп респондентов представлял собой реализацию вербализированной модели ментальных карт, где было важно получить от респондента результат его рефлексии по исследуемым вопросам. Срез мнений, построенный в сочетании количественной и качественной методик, предполагал наличие вопросов открытого характера, комментариев и пояснений.

1. Ключевые ассоциации с Великим Новгородом.

Жителям Великого Новгорода был задан вопрос о наиболее ярких ассоциациях, которые возникают у них по отношению к Великому Новгороду. Спектр ответов на этот вопрос был весьма разнообразным.

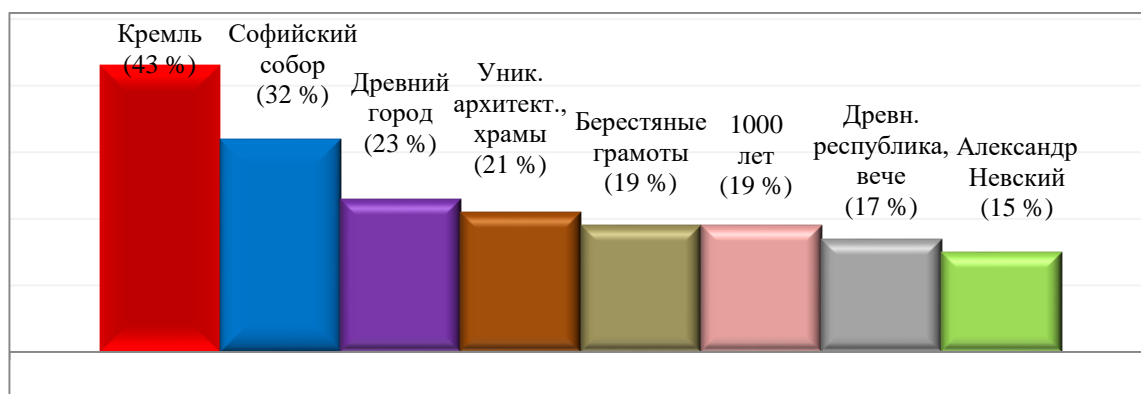


Рис. 1 – Наиболее распространенные ассоциации, которые возникают по отношению к Великому Новгороду

Помимо представленных на рис. № 1 ассоциаций, новгородцы также отождествляют Великий Новгород с рекой Волхов, персонажем Садко, Ярославовым дворищем, с фактом зарождения российской государственности (от 10 до 13 % опрошенных). Несколько человек выбрали такие ассоциации с городом, как археология, Витославицы, Ганзейский

союз, Детинец, город воинской славы. С точки зрения экспертного сообщества, наиболее значимыми являются такие ассоциации с Великим Новгородом, как Софийский собор, памятник Тысячелетия России, Александр Невский, Садко, новгородская архитектура и храмы, Кремль, новгородское вече. При этом, ряд экспертов несколько критично относится к культивированию городом древности и полагает, что вместо «затхлости», мы должны сформировать *«образ современного, динамичного города»*. Выявленные ключевые ассоциации с Великим Новгородом образуют ядро территориальной идентичности, а также основу городского образа.

2. Отличительные черты города.

Структурные компоненты территориальной идентичности могут быть раскрыты не только через отождествление, но и через сравнение, поиск отличий территориальной среды города. На вопрос о том, что может отличить Великий Новгород от других городов, новгородцы выразили в целом единое мнение, включая и экспертов. Согласно мнению респондентов, Великий Новгород отличается объектами культурно-исторического наследия, что вполне объяснимо значимыми для города историческими событиями и богатой культурой. Каждый третий респондент (34 % опрошенных горожан) в качестве отличительного признака Великого Новгорода назвал памятник Тысячелетия России, который является не только уникальным, но и знаковым для новгородцев. Также отличительными элементами города жители назвали Софийский собор (25 % опрошенных), Кремль (17 %), наличие уникальных храмов и монастырей (15 %), богатую историю (14 %), своеобразную городскую архитектуру (13 %), возраст города (11 %), место находок берестяных грамот (9 %) и пр. Треть экспертов отметила, что именно история и культура Великого Новгорода являются отличительным элементом города. Помимо этого, эксперты также отметили уникальный исторический ландшафт в центре города, значимость культурного наследия (*«самый древний храм – Святая София»*) и *«историческую роль»* города.

Кроме того, по общему мнению жителей города, местами, которые передают дух городского пространства, могут быть названы центр города с Кремлем и кремлевским парком, Ярославово дворище, отражающее неповторимую атмосферу города и некоторые улочки торговой стороны (ул. Ильина, ул. Никольская и др.), сохранившие настроение и самобытный облик исторического города.

3. Какой Великий Новгород?

Для выявления территориальных смыслов, на которых строится чувство сопричастности с городом, новгородцам был задан следующий вопрос: «Опишите с помощью прилагательных – какой Великий Новгород?». Большинство горожан и экспертов

считают Великий Новгород древним городом, что предполагает позитивный аспект и логично соотносится с иными маркерами городской идентичности. Кроме того, согласно данным рис. № 2, горожане также идентифицируют свой город как красивый и зеленый, провинциальный и исторический, а также спокойный, величественный, чистый и уютный, небольшой.

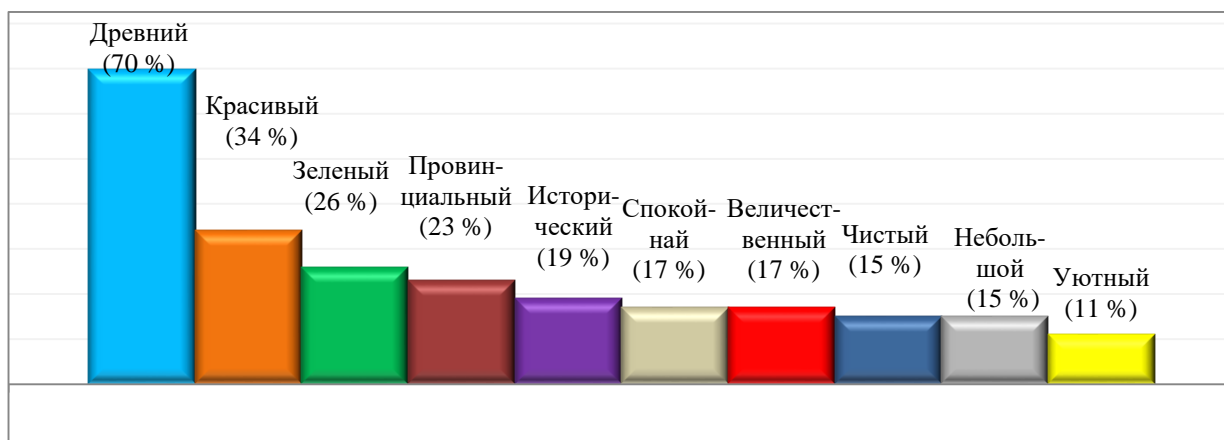


Рис. 2 – Идентификация города жителями

Мнение экспертов полностью подтвердило данную тенденцию в восприятии города, несмотря на то, что распределение по значимости ответов приобрело несколько иную форму. Стоит лишь добавить, что некоторые респонденты отмечали, что город для них: родной, интересный, независимый, университетский, туристический, мудрый, гостеприимный, православный, патриархальный, теплый, милый, семейный и «пригодный для жизни с детьми» и в тоже время коррупционный и забытый.

4. Известные личности, герои, персонажи города.

Наиболее отличительным маркером территориальной идентичности выступают, как правило, известные личности, исторические деятели, герои, персонажи литературных произведений, которые так или иначе связаны с городом. Великий Новгород, благодаря своей уникальной истории и культуре, является городом, с которым связана судьба многих известных имен. Согласно мнению большинства респондентов, Великий Новгород идентифицируется с Александром Невским, и это подтверждается сведениями о ключевых ассоциациях с городом. Вообще, вопрос об известных именах вызвал среди новгородцев минимальный разброс мнений по сравнению с другими вопросами.

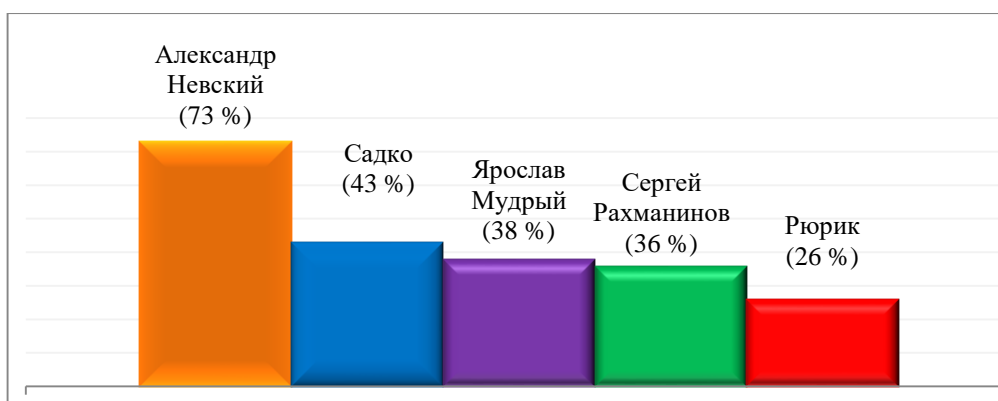


Рис. 3 – Наиболее известные Новгородцы

Большинство жителей Великого Новгорода отождествляют город с представленными на рис. № 3 историческими личностями, деятелями культуры и персонажами известных сказок, связанных с Новгородской землей. Вместе с тем, иногда респонденты (от 3 % до 6 % опрошенных) отмечали следующие имена: Марфа Посадница, Иван Грозный, композитор А.С.Аренский, писатели Ф.М. Достоевский и В.А. Кочетов, академик В.Л. Янин, Леня Голиков, И.Т. Коровников, И.Д. Черняховский, а также ставший знаменитым в наши дни мальчик Онфим.

5. Позитивные и негативные аспекты идентичности.

С целью анализа дополнительных оценочных аспектов территориальной идентичности, для жителей города был задан следующий вопрос: «Как Вы думаете, какое впечатление создает Великий Новгород у гостей города – позитивное и негативное? Почему?». 21 % респондентов ответили, что город, по их мнению, создает двоякое впечатление у гостей города, поскольку сочетает в себе как позитивные, так и негативные аспекты. В частности, среди негативных были названы дороги, грязь, особенно в зимнее время, провинциализм; среди позитивных – летнее время, красота центра города, простор для прогулок. Новгородцы также отметили зависимость впечатлений о городе от наличия интересных мероприятий. При этом 79 % респондентов уверены в позитивности восприятия Великого Новгорода со стороны посетителей города. Данное мнение подкреплялось основными характеристиками города: чистый, тихий, уютный, благоустроенный, спокойный, самобытный, светлый, место с уникальной архитектурой, наличием раскопок и «множеством культурных и исторических ценностей».

6. Новгородский слоган (статус, бренд).

Важным символическим ресурсом города является его бренд, а также официальный логотип и слоган, выражающие статус, которые позволяет легко идентифицировать город. Между тем, бренд города только тогда сможет работать эффективно, когда он опирается на соответствующее восприятие города его жителями. Проанализировав предложенные для двух групп респондентов варианты наиболее известных слоганов возможного бренда

города, мы пришли к выводу, что жители города поддерживают два брендовых направления (см. рис. №4).

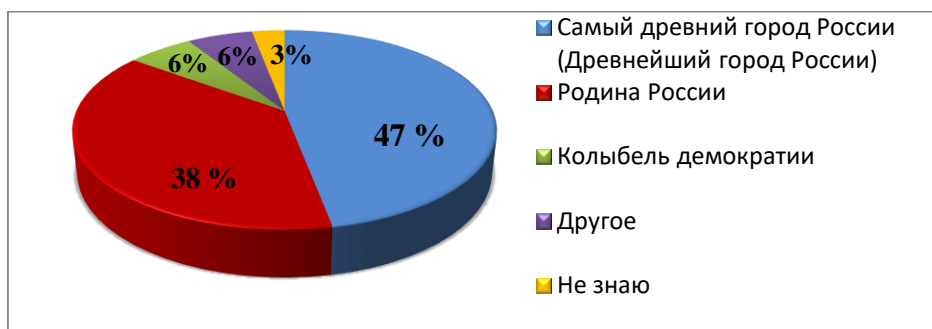


Рис. 4 - Наиболее известный слоган возможного бренда города

Картина мнений экспертов весьма похожа, за исключением того, что пятая часть экспертов выбрала выражение «Эльдорадо для археологов». В категорию «другое» попали такие слоганы для бренда, как «Великая история великого города», «Колыбель России», «Один из самых древних городов России», «Господин Великий Новгород». Однако, как считает большинство экспертов (70 % опрошенных), городу следует разрабатывать стратегию узнаваемости и продвижения позитивного образа города.

В заключении отметим, что внутренняя структура территориальной идентичности в Великом Новгороде включает в себя такие компоненты, как известные имена, визуальные образы и символы, памятники, даты, уникальные события истории и культуры, бреды и статусы, а также характеристики внутренней атмосферы города, природных условий и городского пространства, что, в целом, подтверждает результаты теоретического анализа. Кроме того, выявленные символические маркеры территориальной идентичности Великого Новгорода могут быть востребованы, с одной стороны, в качестве социокультурного фундамента, способного объединить и консолидировать местное сообщество и, с другой стороны, стать основой устойчивого и узнаваемого образа города для привлечения потенциальных жителей, инвесторов, туристов и пр., т.е. стать частью символического капитала территории.

Библиография/References:

1. Anholt, S. Editorial Place branding: Is it marketing, or isn't it? // Place Branding and Public Diplomacy - Vol. 4, no. 1 (2008), - p.1-6.
2. Архипова А.Э., Федотова Н.Г. Маркеры территориальной идентичности как символическая основа брендинга места // Ученые записки НовГУ им. Ярослава Мудрого. 2016. № 2(6) // [Электронный ресурс] – Режим доступа: URL: <http://www.novsu.ru/file/1228458> (дата обращения 15.09.2016).

Об авторе

Федотова Наталья Геннадьевна - кандидат философских наук, доцент, НовГУ им. Ярослава Мудрого. E-mail: fedotova75@mail.ru

Author

Natalia Fedotova, Cand. Philos. Sci., associate professor, Novgorod Yaroslav the Wise State University (V.Novgorod); E-mail: fedotova75@mail.ru