



Социальное участие молодежи в социокультурном развитии городов: проблемы субъектности и самоидентификации

Шуклина Елена Анатольевна профессор кафедры СиТГМУ СиТГМУ Школы ГУиП ИНЭУ УрФУ





Актуальность темы обусловлена

- выраженным демократическим трендом на расширение многообразия субъектов участия в развитии городов, их управлении (это массовые общности, локальные городские сообщества, различные субкультурные объединения, возникающие по разным основаниям, поводам, в разных событийных контекстах и т.д.)
- необходимостью учитывать особенности, типы, формы, активность их участия с целью принятия адекватных управленческих решений





Общественное участие - процесс вовлечения поддержания взаимодействия субъектов общественных отношений, осуществления целенаправленных или реактивных действий по совместному достижению значимого результата, включающий в себя взаимозависимые социальное (в пространстве повседневности), гражданское и политическое участие

За гражданским участием закрепляется вертикальное участие, связанное с процессами со-управления и принятия решений

Социальное участие локализуется на горизонтальном уровне и трактуется как коллективная деятельность, осуществляемая в рамках повседневной жизни и удовлетворение общественного интереса Скалабан)





Актуальные виды социального участия горожан (ЦИРКОН):

- помогающее поведение или волонтерство,
- общественно-полезная деятельность в рамках городских пространств;
- благотворительность,
- предоставление информации и различных услуг;
- повышение качества жизни или активность сообществ по социальной проблематике;
- культурная, спортивная и досуговая активность горожан;
- творческие и профессиональные объединения;
- защита интересов отдельных социальных групп, имеющих потребность в учете своих специфических потребностей (ЦИРКОН)

Уральский федеральный университет имы персом Белсто Президент России Белсто Напыма

Теоретический контекст проблемы в социологической науке концептуализация идентичности восходит к теориям

- «зеркального Я» Кули;
- становления «самости» (Self) через диалектику взаимодействия « Я» (I), Мне (Ме) «значимого другого» (Generalized Other) Дж.Г. Мида;
- осознание своей индивидуальности и сопричастности группе посредством создания целостного образа себя (Э.Эриксон);
- И.Гофман. Идентичность самосознание, понимание собственных ролей в социальног взаимодействии;
- П.Бергер. Идентичность как присвоение роли, «нельзя обладать идентичностью бе общества»;
- Д.Таджфел «групповая идентичность»;
- В.А.Ядов стремление индивида слиться с общностями и группами, для защиты жизненны интересов, потребностей в самосохранении, развитии и самовыражении;
- 3.Бауман всегда незавершенная, неоконченная, открытая в будущее деятельность.

(символический интеракционизм, конструктувизм, драматургический подход и др.)





Идентификация – двунаправленный процесс **самоидентификации** и формирования **коллективной идентичности**

имеет широкое разнообразие форм (например, аскриптивные (предписанные), культурные, территориальные, политические, экономические, социальные (С. Хантингтон).

Территориальная идентификация иерархизирована через понятия:

- региональная идентификация
- > локальная идентификация
- > городская идентификация





Городская идентификация имеет две разновидности:

Идентификация города как социального конструкта — формирование образа города, образа жителя города в представлениях горожан (социокультурная идентификация + поиск аутентичности города)

Личностная идентификация с городом:

- «городская идентичность» (о себе как жителях)
- «идентичность с городом» (психологический конструкт, часть персональной идентичности личности, когда город воспринимается как контекст индивидуальной биографии индивида»)





- Самоидентификация с городом как феноменом личной судьбы: встроенность города в личную судьбу, встроенность личности в коллективную судьбу горожан, идентификация через мотивацию «я горожанин», модальность идентификации, вектор идентификации
- Самоидентификация с городом как институциональным объектом (отношение ко всем видам институциональной инфраструктуры как условиям жизни и деятельности в городе)
- Самоидентификация с городом как социокультурным феноменом (мой город значимые места и события, территориальные и культурные объекты, исторический контекст)





Социальное участие в развитии города и идентификация с городом – взаимопроникающие явления, взаимо-пересекающиеся понятия.

Средовая самоидентичность (Van der Werff E., Steg L., Keizer K. E., C. A., Scannell L., Gifford R. Personally Relevant Climate Change, Литвина, О. И. Муравьева)

отражает степень, до которой человек видит себя как тип личности, дружественный среде, как субъекта, готового осуществлять просредовые действия.

Степень идентичности с городом, понимаемая таким образом, что может значимо предсказывать социально-активное поведение человека.





- Когнитивно-рациональный (привязанность к месту через культурноисторический контекст, знания, информацию, убеждения, оценки и символические значения места)
- Эмоциональный (эмоциональная связь)
- Поведенческий аспекты самоидентификации (приобщенность/привязанность, выраженная в конкретных действиях)

Самоидентификация – форма социальной ответственности, мобилизации социальной активности





Идентичность горожан – самоидентификация жителей города как членов городского сообщества, объединенного интересами благополучия и развития города и самого городского сообщества, принимающего собственную роль и ответственность в формулировании и реализации этих интересов (О.С. Чернявская)





Методический контекст проблемы

опросник «**Шкала идентификации с городом» М. Lalli** 5 семантических блоков - шкал методики:

- внешняя ценность (на основе аут-групповых и ин-групповых стереотипов)
- общая привязанность (на основе личного опыта)
- связь с прошлым (на основе личного опыта)
- восприятие близости (на основе личного опыта)
- целеполагание (на основе личного опыта)





Методический контекст проблемы

Литвина, О. И. Муравьева (Томск, Россия)

- 1. Восприятие города, его социокультурной среды как ресурса для жизнедеятельности и самоосуществления сегодня и в перспективе
- 2. Чувство принадлежности и солидарности с горожанами, эмоциональной привязанности, ощущения города как важной части своего «Я»
- 3. Оценка города как города с характерными особенностями, отличного от других городов, обладающего уникальностью
- 4. Личный вклад в жизнь города





Характеристика метода и данных

Социальное участие молодежи в социокультурном развитии городов России и постсоветских стран: компаративный анализ потенциала и моделей управления

Объект исследования: студенческая молодежь вузов региональных городов постсоциалистических стран: России,

Армении, Польши, Румынии

Метод: онлайн-анкетирование

Тип выборки: целевая

Объем выборки: 1276 респондентов

Города сравниваемых стран являются **университетскими центрами** притяжения молодежи из прилегающих территорий)

Екатеринбург (Россия, N=465), Гюмри (Армения, N=268), Познань и Зеленая Гура (Польша, N=264), Тимишоара (Румыния, N=279).

Опрошена студенческая молодежь из населенных пунктов:

41 – России,

43 – Армении,

110 – Польши,

94 – Румынии



Как давно вы живете в этом городе?

	Россия	Армения	Польша	Румыния	Всего
Живу с рождения, здесь жили/живут мои родители	69	79	80	72	74
Моя семья переехала более 20 лет назад	3	5	8	11	6
Живу в этом городе 10-19 лет	7	6	8	9	8
Живу в этом городе менее 10 лет	20	9	4	8	12
Всего	100	100	100	100	100



Учитесь ли вы в своем городе или приехали? (в %)

	Россия	Армения	Польша	Румыния	Всего
Учатся в своем родном городе	11	59	20	28	26
Учатся в другом городе	89	41	80	72	74
Всего	100	100	100	100	100





Ваши ближайшие планы?

Страна опроса					
Россия	Армения	Польша	Румыния	Всего	
57	41	74	75	61	
	Россия 57	Россия Армения	Россия Армения Польша	Россия Армения Польша Румыния	





К какой из следующих групп вы скорее всего смогли бы себя отнести?(в %)

	Страна опроса					
Уровень благосостояния семьи	Россия	Армения	Польша	Румыния	Всего	
Мы едва сводим концы с концами, денег не хватает даже на продукты питания	8	9	1	1	5	
На продукты денег хватает, но покупка одежды вызывает финансовые затруднения	16	3	3	1	7	
Денег хватает на продукты и одежду, но покупка вещей длительно пользования является затруднительной	19	20	20	12	18	
Мы можем без труда приобретать вещи длительного пользования, но затруднительно приобретать действительно дорогие вещи	28	35	57	58	42	
Мы можем позволить себе достаточно дорогостоящие вещи — квартиру, дачу и многое другое	9	5	10	17	10	
Затрудняюсь ответить	20	28	9	11	18	
Всего	100	100	100	100	100	





Чем отличается молодежь сравниваемых стран?

- В России высокий уровень централизации вузов в крупных городах, поэтому процент получающих образование за пределами своего города по сравнению с другими странами высок
- Миграционный потенциал студенческой молодежи (т.е. тех, кто не планирует будущее в своем родном городе) Польши и Румынии значительно выше, чем в России и Армении
- Среди российских студентов меньше тех, кто живет в своем городе с рождения
- В Польше и Румынии больше число студентов, чьи семьи принадлежат среднему классу





КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ САМОИДЕНТИФИКАЦИИ СТУДЕНЧЕСКОЙ МОЛОДЕЖИ С ГОРОДОМ

- Информированность о достопримечательностях города
- Самооценка знания истории города
- Интерес к истории города (наличие и характер интереса активный, пассивный)
- Факторы, обусловливающие тип интереса
- Информационные источники о городе и характер их использования
- Оценка наличия значимых мест в городе





КОГНИТИВНЫЙ АСПЕКТ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ САМОИДЕНТИФИКАЦИИ МОЛОДЕЖИ С ГОРОДОМ

В вашем городе есть интересные памятники, парки, музеи и достопримечательности,

знаете ли Вы о них?

		Страна опроса %					
	Россия	Армения	Польша	Румыния	Всего		
Да, знаю	94	98	95	91	93		
Ничего особенного не знаю	6	2	5	9	5		
Всего	100	100	100	100	100		

Самооценка студентами знания достопримечательностей города высока. Она





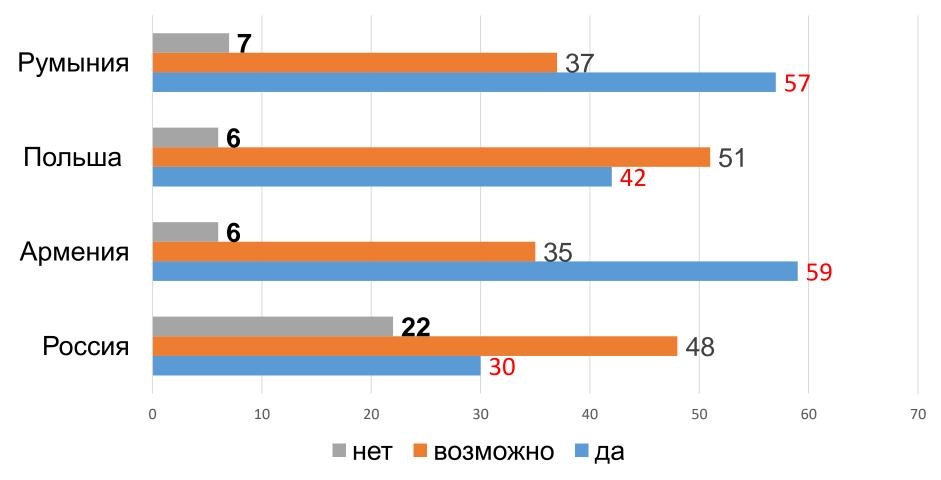
В вашем городе есть интересные памятники, парки, музеи, и достопримечательности, из каких источников информации вы знаете о них? (в % от числа тех, кто знает)

		Страна опроса					
	Россия	Армения	Польша	Румыния	Всего		
Что-то слышал в СМИ	14	6	30	16	16		
Читал в Интернете	27	11	58	35	31		
Рассказывали о них в школе	51	30	70	61	52		
Рассказывали друзья, знакомые, родные	25	31	52	49	37		
Видел красивое издание про свой город	19	19	26	18	20		
Встречался с краеведами	6	7	25	5	10		
Посещал музей	47	57	59	50	52		
Bcero	189 цународный научны	161 й семинар «Социальн	320	234	218		





Можете ли вы сказать, что знаете историю своего города?



Международный научный семинар





Проявление интереса к истории родного города

	Россия	Армения	Польша	Румыния	Всего
Отсутствие интереса	6	2	11	8	7
Пассивный интерес	73	55	50	55	61
Активный интерес	21	43	39	37	33
Всего	100	100	100	100	100

Международный научный семинар «Социальное участие молодежи в социокультурном развитии городов: потенциал и активные практики периода пандемии», Екатеринбург, УрФУ, 19 апреля 2021 г.





ФАКТОРЫ АКТИВНОГО ИНТЕРЕСА К ИСТОРИИ ГОРОДА

- 1) Общение с друзьями, знакомыми, родными;
- 2) Знакомство с интересными книжными изданиями об истории города;
- 3) Обращение к информации СМИ;
- 4) Поиски информации в интернете;
- 5) Встречи на специалистами-краеведами, историками и пр.

формируют активный интерес к истории города, удовлетворенность знаниями о нем и потребности в расширении источников информации





ФАКТОРЫ ПАССИВНОГО ИНТЕРЕСА

- 1) Школа
- 2) Посещение музеев



не формируют активного интереса к истории города, удовлетворенности знаниями о нем и потребности в расширении источников информации



Студенты о наличие значимых мест в городе (в %)

	Страна опроса					
	Россия	Армения	Польша	Румыния	Всего	
Не отмечено никаких значимых мест	42	28	8	21	28	
Есть места, которые привлекают особое внимание	58	72	92	79	72	
Bcero		ій научный 1-00 ар «Социал окультурном развитии горо,		100	100	

и активные практики периода пандемии», Екатеринбург,





- ✓Информированность студентов о достопримечательностях города зависит от основных институциональных факторов – школы, музеев;
- ✓Интерес к истории своего города у студенческой молодежи в целом можно охарактеризовать как пассивный;
- ✓В наиболее выраженной форме пассивность интереса к истории города проявляется у российской молодежи, роль школы в формировании интереса молодежи к истории города невелика;
- ✓ Самооценка студентами знания истории своего города в России самая низкая в сравнении со студентами других стран





✓Для всех стран характерна взаимосвязь между наличием опыта волонтерской деятельности и участием в школьных волонтерских проектах. Школа — фактор формирования волонтерских практик. При этом в ряде стран она неэффективно использует их для углубления идентификации школьников с городом, т.е. не формирует активное ядро участников городских проектов





- ✓ Для России и Армении характерна обратная связь между длительностью проживания в городе и
- знанием истории города,
- интересом к истории города,
- знаниями о городе, получаемыми в школе -

ФЕНОМЕН «ОПРИВЫЧИВАНИЯ»????





- ✓ Для Армении характерны тенденции схожие с российскими: тот же феномен «опривычивания»; те же факторы активного и пассивного интереса;
- √Для Польши:
- менее выражена обратная связь между длительностью проживания в городе и знанием истории города;
- ❖отношение к истории города базируется на активном интересе, его обусловливают неформальные источники: встречи со специалистами-краеведами; коммуникация с друзьями, знакомыми, родственниками, интернет;
- ❖институциональные факторы: школа формирует активный интерес!; музеи.





- ✓Для Румынии не характерен феномен «опривычивания», нет связи между длительностью проживания в городе и знанием истории города
- ✓Интерес к истории города АКТИВНЫЙ
- ✓ Его формирует комплекс неинституциональных и институциональных факторов, среди которых ШКОЛА





- ✓ Для молодежи в целом характерна частичная самоидентификация, которая базируется пассивном интересе к городу и его истории
- ✓ Выявлена взаимосвязь между уровнем САМОИДЕНТИФИКАЦИИ С ГОРОДОМ И ГОТОВНОСТЬЮ К УЧАСТИЮ В ЕГО СОЦИОКУЛЬТУРНОМ РАЗВИТИИ
 - т.е. между показателями «интерес к истории города» и
- «готовность участвовать в социальных проектах по городской тематике»;
- «готовность помогать в организации выставок, публичных мероприятий, где горожане и гости города смогут с пользой проводить свое время»;
- «готовность присоединиться к таким группам горожан, которые участвуют в субботниках, проводят городские праздники и социальные мероприятия»





ГОТОВНОСТЬ К УЧАСТИЮ В СОЦИОКУЛЬТУРНОМ РАЗВИТИИ ГОРОДА

Готовы ли вы участвовать в социальных проектах по городской тематике, например, рассказывать о культуре, истории вашего города?

		Страна опроса					
	Россия	Армения	Польша	Румыния	Всего		
Готовы	45	76	43	50	52		
Не готовы	37	9	42	25	30		
Затрудняюсь ответить, нет ответа	18	15	15	25	18		
Всего	100	100	100	100	100		
Индекс готовности (в	0,50	0,77	0,49	0,62	0,58		





Готовы ли вы помогать в организации выставок, публичных мероприятий, где горожане и гости города смогут с пользой проводить свое время?

	Россия	Армения	Польша	Румыния	Всего
Готовы	52	77	60	71	64
Не готовы	32	7	25	29	25
Затрудняюсь ответить, нет ответа	16	16	15	1	11
Всего	100	100	100	100	100
Индекс готовности (в шкале от 0 до 1)	0,54	0,75	0,60	0,68	0,63

УрФУ, 19 апреля 2021 г.





Готовы ли Вы присоединиться к таким группам горожан, которые участвуют в субботниках, проводят городские праздники и социальные мероприятия?

	Россия	Армения	Польша	Румыния	Всего
Да	29	56	19	38	34
Возможно	47	39	50	46	46
Нет	24	5	31	16	20
Всего	100	100	100	100	100
Индекс готовности	0,05	0,51	-0,12	0,22	





Проблемы субъектности участия

ФАКТОРЫ ВКЛЮЧЕНИЯ СООБЩЕСТВ В ЗАБОТУ О ГОРОДЕ (ДЛЯ ВСЕХ СТРАН)

если объекты культурно-исторического наследия:

- ✓ интересны туристам,
- ✓ рассказывают об истории города,
- ✓ эстетически, архитектурно привлекательны и пр., то о них должны заботиться :

- представители бизнес-сообщества
- меценаты и благотворители
- культурная интеллигенция и специалисты
- все горожане
- городские активисты и вопонтеры еминар «Социальное участие





Кто должен вносить свою лепту в улучшение состояния культурно-исторических мест вашего города?

	Страна опроса %					
	Россия	Армения	Польша	Румыния	Всего	
Чиновники администрации города	<u>61</u>	68	70	80	68	
Представители бизнес- сообщества	18	30	34	21	25	
Меценаты и благотворители	14	29	19	20	20	
Культурная интеллигенция и специалисты	21	34	33	33	29	
Все горожане	<u>45</u>	64	52	66	55	
Городские активисты и волонтеры	23	32	32	25	27	
Всего	182	257	240	245	224	





Выводы

- Самоидентификация с городом и социальное участие взаимосвязаны, взаимообусловливают друг друга, должны стать комплексным объектом управления. Способы организации социального участия в городской среде являются значимым управляемым фактором воздействия на формирование городской идентичности. Полноценная самоидентификация с городом обеспечивает устойчивую включенность молодежи в многообразные формы социального участия, формирует ядро социально-активных участников
- Дисфункции формальных институтов (образования, культуры) негативно влияют на формирование городской идентичности молодежи. Интеграция с ними в рамках городских волонтерских проектов может способствовать нивелированию их негативного воздействия





Выводы

• Самоидентификация молодежи с городом — это процесс ее самоопределения и самореализации в пространстве города через разные формы активности. В мотивации социального участия в последнее наметился выраженный тренд в сторону самореализационных мотивов, целесообразно его поддерживать такими формами организации социального участия, которые обеспечивали бы углубленную, а не поверхностную самоидентификацию с городом





Выводы

- Формирование городской идентичности это переход от формальной интерпретации городской культуры к сущностной и личностно-значимой, это процесс непрерывный, идущий по пути усложнения и дифференциации видов идентичности. Организация социального участия молодежи в городе должна учитывать разный уровень ее запросов, быть ориентирована на различные целевые группы, при этом выстраивать стратегии с ориентацией на их будущее развитие
- Формирующиеся молодежные идентичности с городом должны исследоваться на предмет их конфликтов, потенциала солидарности, тенденций развития, возможности институционализации форм их социальной активности