

УДК 316.75

DOI: 10.18413/2408-9338-2020-6-2-0-2

Пакшина И. А.

**Исследование городской идентичности в интернет-сообществах
(по результатам качественного анализа)**

Научный центр социально-экономического мониторинга
ул. Б. Хмельницкого, 39а, г. Саранск, Республика Мордовия, 430005, Россия
iraida-69@mail.ru
ORCID iD: 0000-0003-3050-2127

*Статья поступила 12 мая 2020 г.; принята 23 мая 2020 г.;
опубликована 30 июня 2020 г.*

Аннотация. Настоящее время характеризуется появлением в социальных сетях большого числа городских интернет-сообществ. Они стали не только источником информации о событиях, происходящих в городе, но и площадкой для непосредственного общения, обмена мнениями. В процессе полемики в них происходит непроизвольная репрезентация города и городского пространства. В статье представлены результаты контент-анализа 21 локального интернет-сообщества социальной сети «ВКонтакте» 7 городов Республики Мордовия. Исследование проводилось с 1 января по 30 июня 2019 г. В генеральную совокупность попало 43 279 комментариев к постам, выборочную совокупность составили 1 017 сообщения. Результаты исследования показали, что в городских интернет-сообществах проявляются основные элементы локальной идентичности. Зафиксирован высокий уровень репрезентации идентичности в экономически развитых городах. В социальных сетях происходит репрезентация основных составляющих городской идентичности – осмысление уникальности города, демонстрируется принадлежность и отношение к городу, выражается эмоциональная связь с ним, формируется образ города, происходит публичное самораскрытие горожан. Локальные сетевые сообщества становятся значимым средством коммуникации для горожан. В процессе коммуникации формируется самосознание горожанина. Делается вывод о том, что локальные сетевые сообщества могут выступать в качестве медиаресурса, способного конструировать городскую идентичность.

Ключевые слова: город; горожане; локальные городские интернет-сообщества; городская идентичность; репрезентация.

Благодарность: Исследование выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Правительства Республики Мордовия в рамках научного проекта № 18-411-130015 р_а «Идентичность городов Республики Мордовия и их социальная репрезентация».

Информация для цитирования: Пакшина И. А. Исследование городской идентичности в интернет-сообществах (по результатам качественного анализа) // Научный результат. Социология и управление. 2020. Т. 6, № 2. С. 19-35. DOI: 10.18413/2408-9338-2020-6-2-0-2

Iraida A. Pakshina

**Research of the urban identity in online communities
(based on the results of a qualitative analysis)**

Scientific Center for Social and Economic Monitoring,
39a B. Khmel'nitsky St., Saransk, Republic of Mordovia, 430005, Russia
iraida-69@mail.ru
ORCID iD: 0000-0003-3050-2127

*Received on May 12, 2020; accepted on May 23, 2020;
published on June 30, 2020*

Annotation. The present time is characterized by the appearance of a large number of urban Internet communities in social networks. They have become not only a source of information about events taking place in the city, but also a platform for direct communication and exchange of views. In the process of polemics, an involuntary representation of the city and urban space occurs in them. The article presents the results of content analysis of 21 local Internet communities of the social network “VKontakte” in 7 cities in the Republic of Mordovia. The study was conducted from January 1 to June 30, 2019. The total summation included 43,279 comments on posts, while the sample totaled 1,017 messages. The results of the study showed that the main elements of local identity are manifested in urban Internet communities. There is a high level of representation of identity in economically developed cities. In social networks, the main components of urban identity are represented – understanding the uniqueness of the city, demonstrating belonging and attitude to the city, expressing an emotional connection with it, forming the image of the city, and public self-disclosure of citizens. Local network communities are becoming a significant means of communication for citizens. In the process of communication, the citizen's self-consciousness is formed. It is concluded that local network communities can act as a media resource capable of reconstructing urban identity.

Keywords: city; urban residents; local online social network; urban identity; representation

Information for citation: Pakshina, I. A. (2020), “Research of the urban identity in online communities (based on the results of qualitative analysis)”, *Research Result. Sociology and management*, 6 (2), 19-35, DOI: 10.18413/2408-9338-2020-6-2-0-2

Введение (Introduction). Современный город характеризуется все более активной информатизацией социальной среды, его неотъемлемой частью становятся городские локальные интернет-сообщества. М. Кастельс подчеркивал возрастающее значение локальных сообществ в условиях информационного общества, когда «идентичность становится главным, а иногда и единственным источником смыслов. Люди все чаще организуют свои смыслы не вокруг того, что они делают, но на основе того, кем они являются, или своих представлений о том, кем они являются» (Кастельс, 2000: 27).

Принято считать, что идентичность выступает в качестве ресурса, консолидирующего местное сообщество, и рассматривается как один из факторов укрепления локальных сообществ. В то же время городская идентичность неотделима от индивидуального, субъективного взгляда горожанина. В условиях информационного общества выражение собственного мнения все чаще происходит в интернет-сообществах.

В настоящее время локальные городские интернет-форумы, наряду с традиционными СМИ, являются одним из основ-

ных источников информационного обеспечения граждан, максимально широко оповещая население об актуальных новостях мирового и местного сообщества, о мнениях и мероприятиях властей, их действиях по разрешению назревших проблем. Кроме того, они заменяют живое общение между горожанами, превратившись в площадку для обмена мнениями, товарами и услугами. А. В. Павлов рассматривает локальные сетевые сообщества «не просто как сообщества городских жителей в интернете, но и как низовые гражданские медиа», а интернет-площадки, по его мнению, становятся средством «гражданской журналистики» (Павлов, 2016: 47). Фокус внимания в социальных медиа сосредоточен на городском пространстве и репрезентации опыта проживания в нем – основных составляющих городской идентичности. В результате спонтанной коммуникации в городских локальных интернет-сообществах происходит трансляция проявлений городской идентичности.

Целью статьи является исследование социальной репрезентации городов Мордовии в локальных городских интернет-сообществах. В связи с этим раскрываются следующие задачи: изучение отношения к городскому пространству в локальных интернет-сообществах и выявление специфики восприятия городов.

Методология и методы (Methodology and methods). Теоретико-методологическую базу исследования составляет конструктивистский подход (Бергер, Лукман, 1995), подчеркивающий конструируемый характер любой идентичности, ее подвижность и изменчивость в процессе взаимодействия человека с социальным окружением. В рамках данного направления выделяется дискурсивный подход, согласно которому в основе идентичности лежит коммуникативный опыт, формируемый в дискурсе социальных практик. Е. Головнева утверждает, что «формы сознания, транслированные в языке, образуют дискурсы городской идентичности» (Головнева, 2014:

57). Исследователь выделяет мифологический, религиозный, художественный, политический и философский дискурсы репрезентации городской идентичности, сосуществующие на разных уровнях. «На уровне массового сознания они рождаются стихийно, на концептуальном уровне сознательно конструируются и систематизируются усилиями политической и культурной элиты» (Головнева, 2014: 56).

Дискурсивность возникает в результате накопления опыта проживания в городе, осмысления городского пространства, его эмоциональной оценки и проявляется «в вовлеченности горожан в городскую коммуникацию, позволяющую интерпретировать городские тексты» (Кузнецова, Петрулевич, 2017: 71). В рамках данного подхода идентичность, подчеркивает Е. П. Чернобровкина, «проявляется и формируется в интеракции, поскольку идентичность вовлечена в широкий культурный контекст и воспроизводится на базе существующих социальных практик» (Чернобровкина, 2018: 17).

Согласно Г. В. Горновой, только в результате возникновения отношений, при которых человек соответствует городу и город человеку, формируется городская идентичность – «устойчивое представление человека о себе как жителе определённого города, непосредственное переживание своей связи с городом, чувство сопричастности городу и его жителям, приобщённость к городскому бытию» (Горнова, 2018: 47). При таком подходе основной акцент переносится на личность, на индивидуальную репрезентацию городского контекста.

Идентичность складывается на основе субъективного опыта взаимодействия личности с городской средой, из совокупности представлений о месте своего проживания и сформировавшихся эмоциональных связях с ним. Определяющее значение отводится не только активному взаимодействию индивида с социальной реальностью и ее осмыслению, но и наличию ярко выраженной эмоциональной связи. О. С. Чер-

нявская подчеркивает, что городская идентичность «характеризуется сильной эмоциональной привязанностью к своему городу и высокой позитивизацией», а в основе ее формирования лежит чувство приобщенности (Чернявская, 2011: 75).

М. П. Крылов связывает эти чувства с понятиями местного патриотизма, пространственной самоидентификации и укорененности. Пространственная самоидентификация сопряжена с топонимикой, местный патриотизм «предполагает стремление индивидов остаться (не переезжать в другое место) для активной деятельности, однако сохраняется и в другом месте», укорененность – это «стремление остаться вообще», указывает на вписанность в местный контекст (Крылов, 2010: 69-70).

Таким образом, формирование образа города происходит в повседневной жизни горожан, которая «дает объективную картину соответствия города сформированной метафоре, истинную информацию для пополнения целостного образа объекта» (Бесчасная, 2015: 47-48). В связи с этим актуальным становится изучение городской повседневности и повседневных городских практик, что позволяет выявить репрезентацию воспроизводимой социальной реальности и описать образ города, сложившийся в сознании людей.

К вопросу развития провинциальных городов российские ученые обратились относительно недавно, несмотря на то, что их роль в экономической, культурной и духовной модернизации России крайне значима. Исследования, посвященные построению территориальной идентичности, проводятся в Белгороде (Истомин, Лебедев, 2015), Великом Новгороде (Федотова, 2016), Иванове (Докучаев, 2015), Перми (Назукина, 2018), Томске (Литвина, Муравьева, 2018), Оренбурге (Орлова, 2018), Омске (Горнова, 2018) и др.

В региональном контексте дискурс идентичности в Республике Мордовия предстает как концепт современной культуры (Воронина, 2019); изучается сквозь

призму соотношения общегосударственного и регионального в структуре идентичности (Ширманов, 2016), общероссийской и региональной национально-гражданской идентичности (Долгаева, 2018). Ряд исследований, проведенных в республике, сообщаясь с этнической спецификой региона, акцентируют связь этнической, религиозной и гражданской идентичностей населения (Богатова, 2009), этнической и гражданской идентичностей (Миничкина, Руськина, 2019). Остается неизученной сфера, затрагивающая механизм выявления репрезентации образа города жителями, отсутствуют исследования способов выражения городской идентичности, учитывающие специфику финно-угорского региона.

Эмпирическую базу анализа составляет массив данных исследования «Идентичность городов Республики Мордовия и их социальная репрезентация», проведенном при финансовой поддержке РФФИ и Правительства Республики Мордовия. В качестве инструмента сбора первичной социологической информации был использован метод анализа документов. В качестве документа выступали комментарии пользователей к постам администраторов наиболее популярных городских интернет-сообществ социальной сети «ВКонтакте». На основе собранного эмпирического материала был проведен интерпретативный контент-анализ. Базовым подходом к кодированию информации стал латентный репрезентационный, предполагающий фиксацию скрытых, неявно выраженных, смыслов, которые подразумевались создателем текста. Объектом публикации являлся город в контексте личностного восприятия. В данной статье приводятся результаты качественного анализа характеристик, носящих в себе денотативную или коннотативную нагрузку. В качестве лингвистических единиц анализа из всех упоминаний о городах Республики Мордовия фиксировались только те выражения, которые связаны с социальным значением слова, а не с грамматическими правилами его употребления.

Объектами наблюдения выступили 21 локальное городское интернет-сообщество социальной сети «ВКонтакте» (по 3 сообщества в 7 городах Мордовии), выбранных по критериям: релевантность названия, уровень коммуникационной активности и численность участников группы.

Исследование проводилось с 1 января по 30 июня 2019 г. В генеральную совокупность попало 43 279 комментариев к постам, выборочную совокупность – 1 017. Лингвистические единицы анализа представляют собой спонтанные мнения пользователей, отражающие их собственное мироощущение и миропонимание. Несмотря на некоторую корявость и эмоциональную несдержанность, эти высказывания не подвергались внешнему влиянию.

Т. В. Шумилина, исследуя возможность применения качественных методов к анализу материалов, размещенных в СМИ, подчеркивает, что «качественный социологический анализ – изучение во множестве свойств и сторон единичных социальных ситуаций, явлений, отраженных в текстах, описанных с помощью социологического инструментария, позволяющего выявить их социологические смыслы и создать социологический портрет изучаемого объекта, – вполне применим к текстам СМИ» (Шумилина, 2017). Тексты, размещаемые в социальных сетях и комментарии пользователей к ним, можно отнести к первичной информации, так как они в данный момент естественно функционируют в обществе, изначально не были предназначены для аналитической социологической обработки и созданы не по инициативе исследователей.

Основу классификации категорий исследования составил универсальный набор элементов для описания городской локальной идентичности, разработанный исследовательской группой ЦИРКОН под руководством П. Л. Крупкина (Евстифеев, Задорин,

Крупкин, Лебедев, 2015: 370.). На наш взгляд, данная модель коллективной идентичности позволяет дать структурированное описание коллективных идентичностей и единообразно их репрезентировать вне зависимости от типов территорий (Крупкин, Лебедев, 2013: 44). Однако проведенное пилотажное исследование показало необходимость дополнительного введения таких элементов, как «Историко-культурный контекст в городском пространстве» и «Другое». Включение первого компонента обусловлено регулярной публикацией в городских интернет-форумах материалов и фотографий, посвященных не только истории городов Мордовии, но и особенностям провинциальной культуры прошлого. Так как исследование построено на учете субъективных мнений, настроений горожан в кодировочную таблицу была включена позиция «Другое», в которой отражены не классифицируемые случаи. На наш взгляд, совокупность представленных характеристик в описании обыденных событий позволила извлечь социологическую информацию из текстов, созданных для массового потребления, понять и интерпретировать ее.

Научные результаты и дискуссия (Research Results and Discussion).

Исследование проведено в 7 городах Республики Мордовия, разделенных в зависимости от численности населения на следующие группы¹: 1 крупный – Саранск – столица Республики Мордовия (348 358 чел.); 6 малых – Рузаевка (45 248 чел.), Ковылкино (19 488 чел.), Краснослободск (9 397 чел.), Ардатов (8 584 чел.), Инсар (8 010 чел.), Темников (6 179 чел.)². Все малые города выполняют роль административных центров сельских поселений. По уровню экономического развития и развитию транспортного сообщения их можно охарактеризовать как:

¹ Согласно своду правил СП 42.13330.2011 Градостроительство. Планировка и застройка городских и сельских поселений. Актуализированная редакция. СНиП 2.07.01-89. (утв. приказом Министерства регионального развития РФ от 28 декабря 2010 г. № 820).

² Численность населения Российской Федерации по муниципальным образованиям на 1 января 2018 года. URL: www.gks.ru/free_doc/doc_2018/bul_dr/mun_obr2018.rar. (дата обращения: 26.01.2020).

– города с развитой промышленностью, через которые проходит железная дорога (Саранск, Рузаевка, Ковылкино);

– города, ориентированные на переработку сельскохозяйственной продукции, удаленные от железной дороги (Инсар, Ардатов);

– рекреационные центры, имеющие привлекательный природный ландшафт и сохранившие уникальное историко-культурное наследие, удаленные от железной дороги (Краснослободск, Темников).

В выборочной совокупности города Мордовии представлены непропорционально: наиболее описаны Саранск (42,7% от общего числа зафиксированных характеристик), Рузаевка (25,4%) и Ковылкино (15,9%); наименее – Темников (6,5%), Краснослободск (5,0%), Ардатов (2,6%) и Инсар (1,9%). Неравномерная представленность городов объясняется особенностями коммуникативных практик подписчиков локальных сетевых сообществ. Для первых трех городов характерна высокая степень

вовлеченности в коммуникативное взаимодействие и стремление к получению определенного результата. Горожане проявляют активность и независимость взглядов, обсуждают частные городские проблемы, связанных с каждодневными событиями и заботами. В сообществах наименее представленных городов чаще всего публикуются значимые в бытовом плане сообщения: рекламные и частные объявления (купля, продажа, потери, находки и др.). Значительно реже в них происходит обсуждение городских проблем.

Наиболее активно используемыми категориями исследования, выделенных в соответствии с классификацией П. Л. Крупкина и др., оказались «Представления горожан о городе» (к этой категории было отнесено 37,5% выделенных лингвистических единиц анализа), «Представления горожан о себе» (14,0%), «Ритуалы воспроизводства идентичности (праздники, значимые мероприятия, ЧМ-2018)» (8,3%), «Значимые места, включая символический центр» (7,3%) и «Другое» (15,7%) (табл. 1).

Таблица 1

Представленность городов Мордовии в выборочной совокупности по категориям исследования, %

Table 1

Representation of cities in Mordovia in the sample by research category

Категория исследования	Ардатов	Инсар	Ковылкино	Краснослободск	Рузаевка	Саранск	Темников	Среднее значение
Значимые места (включая символический центр)	15,4	5,3	3,8	2,0	10,9	7,2	3,1	7,3
Представления о географии (локальной, средне- и крупномасштабной)	3,8	0,0	3,8	2,0	5,9	8,1	1,5	5,9
Историко-культурный контекст в городском пространстве	0,0	0,0	1,9	8,0	6,6	4,9	9,2	5,1
Пантеон героев (реальных и мифических)	0,0	0,0	5,6	0,0	0,0	5,1	4,6	3,4

Категория исследования	Ардатов	Инсар	Ковылкино	Краснослободск	Рузаевка	Саранск	Темников	Среднее значение
Представления горожан о городе	26,9	42,1	36,9	32,0	43,8	34,0	44,6	37,5
Представления горожан о себе	15,4	10,5	25,6	10,0	12,5	11,4	12,3	14,0
Представления о структуре сообщества (ядро, границы, составляющие)	7,7	5,3	0,6	4,0	2,0	2,8	3,1	2,5
Ритуалы воспроизводства идентичности (праздники, значимые мероприятия, ЧМ 2018)	3,8	0,0	3,8	30,0	1,2	13,0	4,6	8,3
Этнографические особенности жителей города	0,0	0,0	0,0	0,0	0,4	0,2	3,1	0,4
Другое	26,9	36,8	18,1	12,0	16,8	13,3	13,8	15,7

Наименее представленной оказалась категория «Этнографические особенности жителей города» – 0,4%. Несмотря на то что Мордовия является многонациональной республикой, национальный колорит не вызывает интереса у интернет-пользователей. Для посетителей городских интернет-сообществ свойственны концентрация внимания на городе и его проблемах, наблюдение и критическое осмысление городского пространства, а также осмысление себя в нем. Указанная тенденция сохраняется в каждом городе Мордовии. Рассмотрим специфику репрезентации городов Мордовии в городских интернет-сообществах по каждой категории исследования.

Значимые места (включая символический центр). Символический капитал городов Мордовии, как и других провинциальных городов, сосредоточен вокруг ярко выраженного ядра – исторического центра (Саранск, Рузаевка) или площади, вокруг которой располагаются административные здания (Инсар, Ковылкино, Краснослободск, Темников).

Саранск является столицей и поэтому для его исторического центра характерна

максимальная концентрация культурного, экономического, социального капитала региона: значимые административные и общественные организации, крупные торговые центры, театры и музеи, научные организации, наиболее престижные учебные заведения и др. В Саранске исторический центр совпадает с деловым центром. Однако для города наметилась тенденция смещения символического центра в сторону крупного торгового центра и нового жилого района, построенного к проведению серии матчей Чемпионата мира по футболу в 2018 г. Стадион «Мордовия Арена» реформатировал под себя городское пространство, повлиял на имидж города, его благоустройство.

Символический капитал малых городов республики наряду с административным центром образуют ведущие и градообразующие промышленные предприятия. Для Инсара – это сыроваренный завод «Сармич» («сырная столица республики»). Для ардатовцев значимым стал Ардатовский Светотехнический завод. В Ковылкино – Ковылкинский электромеханиче-

ский завод, кроме этого интернет-пользователи выделили другие значимые места – центральная площадь, молодежный сквер, арт-объект «Мартовский кот», а также развлекательные заведения «Лукоморье», «Провокация». Центральным местом Рузаевки является железнодорожный вокзал, вокруг которого сосредоточена и организована экономическая и социальная жизнь города. В число значимых мест для горожан вошли железнодорожный клуб, аллея славы, фонарный спуск, парк культуры и отдыха, а также некоторые здания и сооружения. Символический капитал Темникова концентрируется вокруг Санаксарского монастыря.

Таким образом, символический капитал городов Мордовии сосредоточен не только вокруг ярко выраженного ядра – исторического центра. Для жителей столичного города наметилась тенденция смещения центра притяжения горожан к торговым центрам, новому жилому микрорайону и стадиону «Мордовия Арена». В малых городах пользователи локальных сетевых сообществ в качестве значимых выделяют центры приложения труда и места проведения досуга.

Категория исследования «*Представления о географии (локальной, средне- и крупномасштабной)*» является наименее представленной. Только для городов с наиболее активными посетителями интернет-форумов – Саранск (8,1%) и Рузаевка (5,9%) – были выделены уникальные названия-маркеры районов, которые признаются и транслируются горожанами. Эмпирический материал по другим городам не позволяет сделать соответствующие выводы.

Собранные данные о повседневных практиках горожан позволили выделить названия районов, которые устоялись в сознании жителей. В Рузаевке – это Ленино, Старый базар, Старый водоем, Гора, Гнилой угол, Чернобыль, Химмаш. Локальная география Саранска определяется через выделение зон ментального влияния составляющих его микрорайонов и идентификационных черт, указанных жителями: центр –

«*весь центр прогулочный и есть что посмотреть*»; свет – «*самый криминальный*», «*хмурый район*»; юг – «*прошлый век, ...приезжаешь туда и будто попал в эпоху СССР*»; химмаш – «*там всё наоборот*».

Для Саранска характерно стремление выделиться из числа других, обозначить себя в качестве значимого на территории страны. Уникальность города создается из противопоставления с ближайшими городами (Пенза, Самара, Нижний Новгород), выигрывая за счет своей чистоты, ухоженности и доброжелательности жителей. Крупные города (Москва, Санкт-Петербург, Екатеринбург, Казань) осознаются пользователями локальных интернет-сообществ как «другие» – эти города живут лучше потому, что вокруг них сконцентрированы финансовые потоки. Российские города в представлении горожан разделены на те, в которых «*основное количество средств оседают (их показывают по телевизору)*» и остальные – в них «*показывать нечего*». Однако по отношению к центральным городам не зафиксировано злости, зависти и агрессии, они воспринимаются как места, где можно заработать и самореализоваться.

Представление жителей о локальной географии репрезентируется с помощью идентификации горожанина как неотъемлемой части сообщества через выделение зон ментального влияния; на общероссийском уровне – из дихотомии «*собственный город – крупный город*».

Введение категории «*Историко-культурный контекст в городском пространстве*» полностью себя оправдало: соответствующие оценочные характеристики были зафиксированы в большинстве исследуемых городах, причем для Краснослободска (8,0%), Рузаевки (6,6%), Темникова (9,2%) доля лингвистических единиц, подпадающих под эту категорию, в общем объеме оценочных характеристик города, оказалась выше среднего значения (5,1%) и показателя столицы региона (4,9%).

Все города Мордовии имеют богатую историю и почти равные исходные данные

для формирования идентичности. Горожане бережно относятся к своей истории и достаточно высоко оценивают. В интернет-сообществах Саранска пользователи рассказывают легенды о городе. Жители помнят то время, когда на улицах «в городе было 2 телеги, полтора молоковоза и волга председателя парткома», отмечая, что «лет 10 назад правда нечего было показать». В социальных сетях рузаевцы вспоминали о том времени, когда город был крупной узловой станцией, считают именно советское прошлое лучшим периодом его истории. Жители Ковылкина, Краснослободска, Темникова ценят не только историю, но и рекреационный потенциал окрестностей родного города.

Исторический и социокультурный контекст в сознании людей, проживающих в городе, сохраняются и передаются через представления, апеллирующих к прошлому города: как крупной узловой железнодорожной станции (Рузаевка), город-завод, город-труженик (Саранск, Рузаевка, Ковылкино), купеческий город (Краснослободск, Темников). Репрезентация данного аспекта в социальных сетях возникает на основе раскрытия и актуализации событий, связанных с прошлым, а также мифологизации истории своего города.

В категорию исследования «Пантеон героев (реальных и мифических)» были отнесены сообщения пользователей интернет-форумов Ковылкино (5,6%), Саранска (5,1%) и Темникова (4,6%).

В число героев Ковылкино попали основатель города – генерал Арапов, знаменитый художник Ф. В. Сычков, скульптор Степан Эрзя (хотя он и не жил в городе), а также менее известные, но внесшие свой вклад в развитие города – директор Ковылкинского электромеханического завода В. Д. Евтеев и тренер Ковылкинской ДЮСШ, бесплатно обучающий боксу детей из неблагополучных и малоимущих семей, Иван Кошелев. Темниковцы позиционируют свой город как один из старейших в республике, они гордятся тем, что адмирал Ф. Ф.

Ушаков проживал в городе. Кроме того, горожане помнят о личностях, внесших вклад в его развитие (например, многие пользователи сохранили и высказывали теплые воспоминания о тренере спортивной школы А. К. Дудорове). В Саранске, в отличие от других городов Мордовии, в данную категорию была отнесена не историческая личность, а его формальный лидер – мэр города, который выступает в роли силы, «наводящей порядок». Этому способствовали грамотная PR-кампания и «не кабинетный» стиль работы; многим пользователям импонируют такие его качества, как требовательность, открытость, доступность.

В категорию исследования «Пантеон героев» вошли не только знаменитые уроженцы, но и личности, проживающие в городе, чьи поступки нашли отклик у интернет-пользователей.

Представления горожан о городе. Данная категория исследования является одной из самых представленных в собранном массиве данных. Доля единиц анализа, отнесенных к данной категории, колеблется от 26,9% в Ардатове до 44,6% в Темникове. В виртуальных интернет-форумах при обсуждении проблем родного города ежедневно продуцируется большой объем информации. В процессе активного высказывания собственного независимого мнения происходит произвольная репрезентация города и городского пространства.

Результаты проведенного качественного исследования показали, что представления горожан о городе создаются с помощью выражения эмоциональных оценок. Следует отметить, что в интернет-сообществах пользователи преимущественно ориентированы на освещение негативных сторон жизни города, описания экономических и жилищно-коммунальных проблем, и миграционных установок. Однако прослеживается следующая тенденция: с увеличением количества участников локальных городских сообществ увеличивается доля положительных и нейтральных характери-

стик; спектр оценок становится более разнообразным, т.е. пользователи становятся

объективнее в своих оценках и высказываниях (табл. 2).

Таблица 2

Распределение интернет-сообществ в зависимости от количества подписчиков и характера оценки города

Table 2

Distribution of online communities depending on the numbers of subscribers and the nature of the city's assessment

Интернет-сообщество*	Количество подписчиков**	Характер оценки, %		
		положительная	нейтральная	отрицательная
Подслушано Ардатов Мордовия	4 026	0,0	0,0	100,0
Привет, говорит Ардатов! (Мордовия)	8 566	0,0	16,7	83,3
Подслушано Инсар	2 305	18,2	0,0	81,8
Подслушано в Ковылкино	16 349	39,5	9,9	50,6
Ковылкино Хайп	7 301	27,3	11,4	61,4
Доска Позора Ковылкино	3 258	17,6	11,8	70,6
Подслушано Краснослободск. Мордовия	4 744	20,0	10,0	70,0
Краснослободск, Мордовия	1 177	0,0	0,0	100,0
Краснослободск РМ (КС city)	816	100,0	0,0	0,0
Подслушано Рузаевка (САРАНСК)	20 751	25,4	16,7	57,9
Моя Рузаевка	4 275	14,6	7,3	78,0
Доска позора г. Рузаевка	2 695	0,0	0,0	100,0
Привет, сейчас, Саранск	159 745	42,3	11,3	46,5
Саранск Доска Позора	63 306	12,7	14,3	73,0
Подслушано САРАНСК	54 100	36,8	16,8	46,5
Подслушано Темников	13 982	28,8	16,9	54,2
<i>В среднем</i>		<i>30,0</i>	<i>13,1</i>	<i>56,9</i>

* В список не включены интернет-сообщества, в которых не было зафиксировано лингвистических единиц анализа.

** Данные приводятся по состоянию на 1 января 2019 г.

Негативная оценка города, в котором живут пользователи социальных сетей, связана с общей неблагоустроенностью, запущенностью, грязью на улицах и отсутствием достойно оплачиваемой работы: «ни работы, ни сходить нормально отдохнуть» (Ардатов); «тут жизнь на выживание» (Инсар); «город маленький, з/п мизерная, большая часть жителей города вообще пенсионеры» (Краснослободск); «город, в котором все и так рушится, народ живет на грани выживания, безработица» (Ковылкино); «отсутствие высокооплачиваемых вакантных мест. Декламированный уровень жизни не соответствует действительности. Крах и грязь улиц города. Да и в целом менталитет населения оставляет желать лучшего. Нет развития» (Рузаевка); «в городе, которого нет, не ходят автобусы, не чистят дороги и не кладут асфальт» (Темников). Очень часто город описывается как территория, в которой не созданы необходимые условия для полноценной жизни и воспитания детей. Трудовая мобильность рассматривается горожанами как вынужденная мера, вызванная отсутствием рабочих мест и невозможностью личностной самореализации: «Давно уехала и возвращение туда – тема ночных кошмаров. Когда бываю у родителей – каждый раз ужасаюсь. Но на самом деле, этому есть объяснение – почти все, кто находится в активном трудовом возрасте – уехали!»; «Тех, кого знаю хороших специалистов, они все уехали в мск работать (((».

Превалирование эмоциональный оценок свидетельствует о том, что жителям город не безразличен, они очень переживают за его судьбу, идеализируют прошлое, надеются, что город справится с существующими социально-экономическими проблемами: «есть проблемы с дорогами, с ЖКХ, с медициной, да и много с чем, как, впрочем, и в других провинциальных городах, но я люблю Ковылкино, потому что это моя Родина!». Нередко указывается, что именно горожане должны принять на себя ответственность за поддержание чистоты в месте проживания, так как усилия

администрации по благоустройству города без поддержки со стороны ее жителей малоэффективны: «раз любите так давайте сделаем чище и красивее город, по зернышку, по зернышку и будет чисто. ...И да, я не менее вашего люблю город, потому и хочу что-то изменить в нем, а не просто говорить об этом».

Репрезентация столичного города в социальных сетях принципиально другая. Саранск в высказываниях интернет-пользователей предстает красивым, уютным, достаточно хорошо организованным. В процессе коммуникации в виртуальном пространстве неоднократно подчеркивалось стремление горожан к чистоте как внешнего, так и внутреннего пространства повседневности. В отличие от других городов Мордовии, комплекс социально-экономических проблем в Саранске воспринимается горожанами не так остро: «Ну, город вам понравится, город красивый, чистый. Люди здесь добрые, общительные. Насчет работы! Средняя зарплата 20 000 руб. Если уж повезет или есть знакомые, ну можно устроиться на более высокую зарплату. Цены у нас такие же как в Москве, на некоторые товары даже выше! Город у нас спокойный в отличие от Москвы, в Москве суетливые все бегут куда-то, у нас нет, у нас все спокойно вразвалочку))) У нас в основном из Мордовии все бегут из-за маленьких зарплат! Кто на север, кто в Москву, кто в Питер! Ну и переезжают из других городов к нам тоже много. Так что приезжайте, если не понравится всегда можно уехать))))». При всех достоинствах города, горожане склонны активно комментировать частные проблемы, связанные с городским пространством, или доводить информацию о локальных проблемах до более широкой аудитории.

Преобладание в собранном массиве данных лингвистических единиц анализа, посвященных осмыслению жителями городского пространства, подтверждает утверждение о том, что определяющей составляющей городской идентичности явля-

ется представление о городе. В виртуальном пространстве происходит осмысление уникальности города, демонстрируется принадлежность и отношение к городу, выражается эмоциональная связь с ним, формируется образ города.

Категория исследования «Представления горожан о себе» стала второй по популярности среди интернет-пользователей: доля единиц анализа варьируется от 10,5% в Инсаре до 25,6% в Ковылкино.

Каждый город Мордовии является типичным провинциальным городом. Его жителям свойственна прозрачность и ограниченность публичного пространства: «все уже давно друг друга знают», «копни чуть глубже и уже родня». Горожане настроены на демонстрацию внешнего проявления благополучной жизни, достигаемого за счет кредитования: «у нас 2/3 города в норке ходит))), «у всех цепи золотые, руки в золоте, машины дорожнице. ... Теперь все соплишки с дорогими айфонами ходят», «полгорода, будучи в огромных долгах, передвигаются на дорогих машинках», «берут кредиты, а потом ноют, что денег нет, вот современный менталитет». Досуг горожан в зависимости от возраста и материальных возможностей сосредоточен вокруг садово-огородных работ, отдыха на природе и посещения развлекательных заведений. Вышедшие на пенсию горожане считают своим долгом помогать детям и внукам. Социально-экономические проблемы накладывают отпечаток на поведение горожан – они становятся мобильными, а трудовая миграция становится способом решения экономических проблем: «благодаря Москве безработицы в районе нет. Все ездят в Москву на стройки и охранниками работать»; «люди, умеющие работать, уезжают в другие города». С высокой долей иронии и самокритики пользователями интернет-сообществ подчеркивались качества, свойственные провинциалам: пассивность, лень, клишированность взглядов, ориентация на традиции. В целом жители городов Мордовии – очень добрые и открытые люди, готовые прийти на помощь.

Таким образом, в локальных городских интернет-сообществах в социальных сетях происходит публичное самораскрытие горожан, а комментарии пользователей социальных сетей позволяют нарисовать облик типичного горожанина, описать стиль жизни в городе и повседневные практики. В интернет-форумах происходит репрезентация личности в медиа пространстве, осознание себя как горожанина, как члена городского сообщества.

Представления о структуре сообщества (ядро, границы, составляющие). В виртуальном пространстве локальных городских сообществ данная категория незначительно представлена – среднее значение показателя составляет 2,5%. Наиболее выражено в Ардатове (7,7%), наименее – в Ковылкине (0,6%).

Представление о составляющих городского сообщества складывается из оппозиции «коренной горожанин – приезжий из деревни». Отношение к тому, что «колхозники в город перебрались» имеет ярко выраженную негативную или даже презрительную оценку. Причина обособления состоит в том, переехав в город, сельские жители не меняют свои привычки и манеры. По мнению интернет-пользователей, в городах практически невозможно найти коренных горожан, так как: «наш город в основном сформировался в 70-х из незатейливых деревенских жителей, сейчас в нем живут в основном они, их дети и внуки, еще силен деревенский незатейливый характер!».

Результаты исследования интернет-сообществ показали, что вертикаль «власть – горожане» ослаблена. Для большинства пользователей характерна нейтральная коннотация лексем «житель», «простой человек», «люди» и отрицательная «депутат», «наши князьки», «местная власть», «начальство», «чиновники», «администрация». Население, оценивая деятельность руководства, подчеркивает сложившуюся круговую поруку: «У нас еще ни одного начальника не посадили и не выгнали с позором, а, наоборот, на другое тепленькое место пристраивают».

Стратификация городского сообщества на основе ценностно-поведенческих характеристик в виртуальном пространстве строится на основе дихотомии «свой – чужой». К чужим относятся жители, прибывшие из сел, не сумевшие преодолеть социокультурную границу; в общественном сознании горожан зафиксировано отчуждение от власти.

Категория исследования «Ритуалы воспроизводства идентичности (праздники, значимые мероприятия, ЧМ 2018)» была выявлена не во всех интернет-форумах. Наибольшее количество высказываний было сделано жителями Краснослободска (30,0%) и Саранска (13,0%), в остальных городах ее доля крайне низка.

Тема, всколыхнувшая социальные сети Краснослободска, – проведение 14 апреля 2019 г. в городе референдума по вопросу самообложения граждан. В бюллетене для голосования был поставлен вопрос о добровольном самообложении граждан в сумме 200 руб. с каждого совершеннолетнего жителя для решения вопросов местного значения. Очень активно обсуждались результаты проведенного референдума. Все комментарии пользователей имели преимущественно негативный характер. Общий посыл – горожане не верят, что собранные деньги пойдут на благоустройство родного города: *«честно говоря зарплаты и так небольшие так еще и всякую подачку подавать», «теперь еще и по 200 р будем дружно скидываться нашей бедной администрации, которой не на что чинить дороги и строить детские площадки, а народу есть на что, а мы можем себе это позволить... адекватность происходящего спорна и требует проверки».*

Серия матчей Чемпионата мира по футболу 2018 года, прошедшие в Саранске, стали ярким событием в жизни города. Даже спустя год в социальных сетях постоянно возникают обсуждения позитивных и негативных последствий его проведения. Подтверждением это является то, что доля сообщений в категории исследования «Ритуалы воспроизводства идентичности»

(13,0%) превышает долю, отнесенных в категорию «Представления горожан о себе» (11,4%). С позиции презентации уникальности города мега-проект – проведение матчей Чемпионата мира по футболу 2018 в Саранске – стал успешным. Город заявил о себе, продемонстрировал свои достоинства и получил высокую оценку среди российских и иностранных туристов. Позитивные отклики интернет-пользователей связаны с осознанием сопричастности и признанием соответствия спортивной, туристской и транспортной инфраструктуры мировому уровню; отрицательные – огромный долг федеральному бюджету, некупаемость стадиона «Мордовия Арена», сезонность созданных рабочих мест.

К значимым для горожан праздникам относятся общероссийские праздники (Новый год, Рождество, Пасха и др.), а также локальные (День города, День Железнодорожников и др.). К мероприятиям, способствующим воспроизводству идентичности, отнесены не менее важные с точки зрения горожан мероприятия – озеленение и уборка улиц, облагораживание домов и дворов, уборка пляжа.

Таким образом, мероприятия по формированию и преобразованию городской среды, проводимые органами власти и общественными организациями, являются важной составляющей конструирования городской идентичности. В качестве таких мероприятий не обязательно выступают события мирового уровня, мероприятия локального значения не менее значимы для горожан.

Следует констатировать, что «Этнографические особенности жителей» городов Мордовии акцентируются интернет-пользователями в интересующем нас контексте очень редко, доля лингвистических единиц крайне мала. На исследуемый период не пришлось каких-либо значимых мероприятий (типа съездов мордовского народа, фестивалей культур финно-угорских народов и т. п.), когда национальные

черты городов и горожан Мордовии – одного из финно-угорских регионов – выступают на первый план и становятся объектом оценки обывателей.

В категорию «*Другое*» были отнесены сообщения о возникающих в повседневной онлайн-коммуникации городских проблемах, требующих незамедлительного решения, жалобы на работу администрации города, коммунальных и дорожных служб и др.

Заключение (Conclusions). Результаты проведенного исследования позволяют утверждать, что в интернет-форумах проявляются элементы городской идентичности. Можно утверждать, что городская идентичность осознается и репрезентируется в локальных городских интернет-сообществах Саранска, Рузаевки, Ковылкина – в городах с развитой промышленностью. Идентичность Ардатова, Инсара, Краснослободска и Темникова в социальных сетях размыта, вследствие низкой активности горожан в исследуемых интернет-сообществах.

Наибольшее количество комментариев пользователей были отнесены к категориям исследования «Представления горожан о городе» (среднее значение – 37,5%) и «Представления горожан о себе» (14,0%); наименьшее – «Этнографические особенности жителей города» (0,4%). В социальных сетях происходит репрезентация основных составляющих городской идентичности. Горожанам свойственны концентрация внимания на городе и его проблемах, наблюдение и критическое осмысление городского пространства, а также осмысление себя в нем.

Символический капитал городов Мордовии сосредоточен не только вокруг ярко выраженного ядра – исторического центра. Для жителей столичного города Саранска наметилась тенденция смещения центра притяжения горожан к крупным торговым центрам, новому жилому микрорайону. В малых городах пользователи локальных сетевых сообществ в качестве значимых выделяют также центры приложения труда и места проведения досуга.

Представление жителей о локальной географии репрезентируется с помощью идентификации горожанина как неотъемлемой части сообщества через выделение зон ментального влияния; на общероссийском уровне – из дихотомии «собственный город – крупный город». Горожане бережно относятся к собственному историческому наследию, в повседневной коммуникации они вспоминают не только знаменитых уроженцев, но и современников, чьи поступки получили поддержку и одобрение земляков.

Полемика и активное обсуждение пользователей городских сообществ в социальных сетях строится вокруг обсуждения города и его проблем. Пользователи делают преимущественно критические высказывания о жизни города, они склонны скорее видеть и активно обсуждать негативные стороны, чем позитивные. В процессе активного высказывания собственного независимого мнения происходит непроизвольная репрезентация города и городского пространства: осмысливается уникальность города, выражается эмоциональная связь с ним, формируется образ города. В интернет-форумах с помощью эмоционально-образных оценок и описания повседневных практик происходит репрезентация личности в медиaprостранстве, осознание себя горожанином, членом городского сообщества. Для жителей Мордовии свойственен местный патриотизм, сочетаемый с пространственной мобильностью.

Контент-анализ популярных групп «ВКонтакте» выявил характерную для малых городов республики проблему – взаимоотношение руководителей города и горожан. Анализ показал, что для интернет-пользователей свойственны неприязнь и непонимание действий администрации. Это свидетельствует об ослаблении вертикали, связывающей руководство города и горожан. Для того чтобы ее укрепить, необходимы поиск новых форм взаимодействия с населением, выход в медиaprостранство, популяризация предпринимаемых действий в локальных городских интернет-сообществах в социальных сетях (а не только

на официальном сайте администрации города), активное участие в полемике, возникающей в интернет-пространстве.

Результаты исследования показали, что мероприятия локального значения (референдумы, общегородские субботники, озеленение и уборка улиц, облагораживание домов и дворов и др.) значимы для горожан. Наряду с общероссийскими и городскими праздниками они способствуют воспроизводству идентичности.

Городские интернет-форумы, ориентированные на освещение местных новостей, становятся коммуникативной площадкой, объединяющей жителей. Онлайн-общение дополняет, а не заменяют «живое» общение. Коммуникация в виртуальных сообществах затрагивает все сферы социальной активности.

Таким образом, городские локальные интернет-сообщества можно отнести к «виртуальным» сообществам, в которых происходит репрезентация города, осознание общей субъектности. В дискурсе внутригрупповой коммуникации формируется самосознание горожанина, возникает ощущение принадлежности к городскому сообществу, гордость за место проживания, предпринимаются попытки к изменению городской реальности. В таких сообществах происходит процесс неформальной консолидации местного сообщества, в них зарегистрированы не только фактически проживающие, но и все, кто интересуется проблемами города и не хочет терять духовную связь с ним. Локальные сетевые сообщества могут выступать в качестве медиаресурса, в котором происходит не только репрезентация, но и конструирование городской идентичности. Для дальнейшего развития этого направления необходимы исследования по поиску общих ценностей, смыслов, разделяемых городским сообществом как в реальном, так и виртуальном мире.

Список литературы

Бергер П., Лукман Т. Социальное конструирование реальности: Трактат по

социологии знания / пер. Е. Руткевич. М.: Медиум, 1995.

Бесчасная А. А. Анализ смыслообразования урбанистической метафоры // Вестник ЮУрГУ. Серия «Социально-гуманитарные науки». 2015. Т. 15, № 4. С. 47-50. DOI: 10.14529/hum150408.

Богатова О. А. Этническая, религиозная и гражданская идентичность в регионе // Регионология. 2009. № 3 (68). С. 249-260.

Воронина Н. И. Бытие идентичности: метафизический эксперимент // Концептосфера современной культуры: кол. моногр.; Отв. ред. Н. И. Воронина. Саранск: Изд-во Мордовского государственного университета, 2019. С. 31-39.

Головнева Е. Формы дискурсивной репрезентации городской идентичности // Социология власти. 2014. № 2. С. 56-64.

Горнова Г. В. Соразмерность города и человека: проблемы формирования городской идентичности // ПРАЭНМА. Проблемы визуальной семиотики (ПРАЭНМА. Journal of V

ы Докучаев Д. С. Региональная идентичность в Ивановской области и политика конструирования образа территории: фактор Юризма // Современные проблемы сервиса и Юризма. 2015. № 3. С. 76-82.

Г Долгаева Е. И. Факторы общероссийской национально-гражданской идентичности в интерпретации жителей полиэтничного региона // Регионология. 2018. Т. 26, № 1 (102). С. 123-140.

Городские локальные идентичности: проблемы дифференциации и факторы консолидации местных сообществ / Р. В. Евстифеев, И. И. Задорин, П. Л. Крупкин, С. Д. Лебедев // Региональная дифференциация и консолидация социального пространства России: V Сухаревские чтения. Саранск, 2015. С. 368-373.

Истомин А. Г., Лебедев С. И. Локальная идентичность жителей города Белгорода: по материалам качественного исследования // Научный результат. Сер. Социология и управление. 2015. Т. 1, № 2 (4). С. 13-21.

Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура / пер. с англ. Под науч. ред. О. И. Шкаратана. М.: ГУ ВШЭ, 2000.

Крупкин П. Л., Лебедев С. Д. К сакральным основаниям локальных идентичностей в

сегодняшней России: опыт структурного анализа // Социологический журнал. 2013. № 4. С. 35-48.

Крылов М. П. Региональная идентичность в Европейской России. М.: Новый хронограф, 2010.

Кузнецова А. В., Петрулевич И. А. Дискурсивность городской культуры в координатах идентичности и оценочности // Вестник ЮРГТУ (НПИ). 2017. № 6. С. 68-72.

Литвина С. А., Муравьева О. И. Опросник идентичности с городом: разработка, валидизация, проверка надежности // Вестник Новосибирского государственного педагогического университета. 2018. Т. 8, № 1. С.

Д Миницкина В. П., Руськина Е. С. Эпос как фактор формирования этнической идентичности личности (на примере Республики Мордовия) // Финно-угорский мир. 2019. № 1. С. 93-106. DOI: 10.15507/2076-2577.011.2019.01.093-106.

Назукина М. В. Между Уралом и Поволжьем: поиски пермской идентичности. Пермь: «Печатный салон «Гармония», 2018.

Орлова Е. В. Социокультурные основания городской идентичности (на примере города Оренбурга) // Манускрипт. 2018. № 11(97). Ч. 2. С. 276-279.

Павлов А. В. Локальные городские сообщества в социальных сетях: между «соседской» и «гражданской» коммуникацией // Лабиринт. Журнал социально-гуманитарных исследований. 2016. № 5. С. 46-57.

Федотова Н. Г. Городская идентичность как конкурентное преимущество территории // Ярославский педагогический вестник. 2016. № 5. С. 372-377.

Чернобровкина Е. П. Дискурс и идентичность // Вестник Бурятского государственного университета 2018. Т. 2, № 2. С. 14-18. DOI: 10.18101/1994-0866-2018-2-2-14-18.

Чернявская О. С. Осмысление понятия территориальной идентичности // Вестник Вятского государственного гуманитарного университета. 2011. № 4. С. 70-76.

Ширманов Е. В. Общероссийская и региональная идентичности в современной России: политический анализ (на примере Республики Мордовия): автореф. дис. ... канд. полит. наук. Саратов, 2016.

Шумилина Т. В. Исследование текстов СМИ с применением качественного анализа //

Медиаскоп. 2017. Вып. 3. URL: <http://www.mediascope.ru/2362> (дата обращения: 26.01.2020).

References

Berger, P. and Luckmann, T. (1995), *The Social Construction of Reality. A Treatise on sociology of Knowledge*, Translated by Rutkevich, E., Medium, Moscow, Russia. (In Russian).

Beschasnaya, A. A. (2015), "Analysis of meaning the urbanistic metaphor", *Vestnik YuUrGU. Seriya 'Socialno-gumanitarnye nauki'*, 15 (4), 47-50. DOI: 10.14529/hum150408. (In Russian).

Bogatova, O. A. (2009), "Ethnic, Religious and Civic Identity in the Region", *Regionologiya*, (3), 249-260. (In Russian).

Voronina, N. I. (2019), "Genesis of Identity: a metaphysical experiment", in Voronina, N. I. (ed.) *Konceptosfera sovremennoy kultury*, Izd-vo Mordovskogo gosudarstvennogo universiteta, Saransk, Russia, 31-39. (In Russian).

Golovneva, E. (2014), "Forms of discursive representation of urban identity", *Sociologiya vlasti*, (2), 56-64. (In Russian).

Gornova, G. V. (2018), "The Proportionality of the City and Man: the problems of the formation of urban identity", *ПРАΞΗΜΑ. Problemy vizualnoy semiotiki*, 3 (17), 43-56. DOI: 10.23951/2312-7899-2018-3-43-56. (In Russian).

Dokuchaev, D. S. (2015), "Regional Identity in the Ivanovo Region and the Policy of Constructing the Image of the Territory: a tourism factor", *Sovremennye problemy servisa i turizma*, (3), 76-82. (In Russian).

Dolgaeva, E. I. (2018), "Factors of All-Russian National-Civil Identity in the Interpretation of Residents of a Multi-Ethnic Region", *Regionologiya*, 26 (1), 123-140. (In Russian).

Evstifeev, R. V., Zadorin, I. I., Krupkin, P. L. and Lebedev, S. D. (2015), "Urban Local Identities: problems of differentiation and factors of consolidation of local communities", *Regionalnaya differenciatsiya i konsolidatsiya socialnogo prostranstva Rossii: V Sukharevskie chteniya*, Saransk, Russia, 368-373. (In Russian).

Istomin, A. G. and Lebedev, S. I. (2015), "Local Identity of Inhabitants of the City of Belgorod: based on qualitative research", *Nauchnyy rezultat. Ser. Sociologiya i upravlenie*, 1 (2), 13-21. (In Russian).

Castells, M. (2000), *The Information Age: Economy, Society and Culture*, in Shkaratan, O. I. (ed.), GU VShE, Moscow, Russia. (In Russian).

Krupkin, P. L. and Lebedev, S. D. (2013), "Towards the sacred foundations of identities in today's Russia: the experience of structural analysis", *Sociologicheskij jurnal*, (4), 35-48. (In Russian).

Krylov, M. P. (2010), *Regional identity of the European Russia population*, Novy Khronograf Publ., Moscow, Russia. (In Russian).

Kuznecova, A. V. and Petrulevich, I. A. (2017), "Discursivity of urban culture in the coordinates of identity and volubility", *Vestnik URGTU (NPI)*, (6), 68-72. (In Russian).

Litvina, S. A. and Muraveva, O. I. (2018), "City Identity Questionnaire: development, validation, reliability verification", *Vestnik Novosibirskogo gosudarstvennogo pedagogicheskogo universiteta*, 8 (1), 73-91. DOI 10.15293/2226-3365.1801.05. (In Russian).

Minichkina, V. P. and Ruskina, E. S. (2019), "Epos as a Factor in the Formation of Ethnic Identity of an Individual (on the example of the Republic of Mordovia)", *Finno-ugorskiy mir*, (1), 93-106. DOI: 10.15507/2076-2577.011.2019.01.093-106. (In Russian).

Nazukina, M. V. (2018), *Between the Urals and the Volga Region: searches for Perm identity*, Pechatny salon «Garmoniya», Perm, Russia. (In Russian).

Orlova, E. V. (2018), "Sociocultural Foundations of Urban Identity (on the example of the city of Orenburg)", *Manuskript*, (11), 2, 276-279. DOI: <https://doi.org/10.30853/manuskript.2018-11-2.21>. (In Russian).

Pavlov, A. V. (2016), "Local urban communities in social networks: between 'neighborhood' and 'civic' communication", *Labirint. Jurnal socialno-gumanitarnyh issledovaniy*, (5), 46-57. (In Russian).

Fedotova, N. G. (2016), "Urban Identity as a Competitive Advantage of a Territory", *Yaroslavskiy pedagogicheskij vestnik*, (5), 372-377. (In Russian).

Chernobrovkina, E. P. (2018), "Discourse and identity", *Vestnik Buryatskogo gosudarstvennogo universiteta*, 2 (2), 14-18. DOI: 10.18101/1994-0866-2018-2-2-14-18. (In Russian).

Chernyavskaya, O. S. (2011), "Understanding the concept of territorial identity", *Vestnik Vyatskogo gosudarstvennogo gumanitarnogo universiteta*, (4), 70-76. (In Russian).

Shirmanov, E. V. (2016), "All-Russian and Regional Identities in Modern Russia: political analysis (on the example of the Republic of Mordovia)", Abstract of Ph.D. dissertation, Saratov, Russia. (In Russian).

Shumilina, T. V. (2017), "The study of media texts with the use of qualitative analysis", *Mediaskop*, 3, available at: <http://www.media-scope.ru/2362> (Accessed 26 January 2020). (In Russian).

Конфликты интересов: у автора нет конфликта интересов для декларации.

Conflicts of Interest: the author has no conflict of interest to declare.

Пакина Ираида Адольфовна, кандидат культурологии, ведущий научный сотрудник редакционно-издательского отдела, Научный центр социально-экономического мониторинга, SPIN-код: 1766-6217.

Iraida A. Pakshina, PhD in Cultural Studies, Leading Researcher of the Editorial and Publishing Department, Scientific Center for Social and Economic Monitoring, SPIN-code: 1766-6217.