DOI: 10.22394/2304-3385-2021-4-6-16 ВАК: 22.00.08

ГОРОДСКОЙ ПАТРИОТИЗМ КАК ОБЪЕКТ СОВРЕМЕННЫХ МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ:

Власова Наталья Юрьевна
Уральский государственный экономический университет (620144, Россия, Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, 62/45)
✉ vnj@usue.ru

Петрова Лариса Евгеньевна
Екатеринбургская академия современного искусства (620012, Россия, Екатеринбург, ул. Культуры, 3)
✉ petrova@eaca.ru

Салмин Леонид Юрьевич
Уральский государственный архитектурно-художественный университет (620075, Россия, Екатеринбург, ул. К. Либкнехта, 23)
✉ leosalmin@mail.ru

Трахтенберг Анна Давидовна
Институт философии и права Уральского отделения Российской академии наук (620990, Россия, Екатеринбург, ул. С. Ковалевской, 16)
✉ cskiit@yandex.ru

Ахьямова Инна Анатольевна
Екатеринбургская академия современного искусства (620012, Россия, Екатеринбург, ул. Культуры, 3)
✉ innaah@yandex.ru

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА:
территориальное развитие, локальная идентичность, патриотизм.

ДЛЯ ЦИТИРОВАНИЯ:
Власова Н.Ю., Петрова Л.Е., Салмин Л.Ю., Трахтенберг А.Д., Ахьямова И.А. Городской патриотизм как объект современных междисциплинарных исследований // Муниципалитет: экономика и управление. 2021. № 4. С. 6–16.

АННОТАЦИЯ:
Понятие патриотизма актуально как для практики городского социокультурного проектирования, так и для научных изысканий. Представленное исследование ставит целью описать ключевые для социально-гуманитарных наук аспекты междисциплинарного анализа феномена «городской патриотизм» в рамках экономики, социологии, культурологии и политологии.

Использованы теоретические методы (синтез и анализ, компаративный, историзма и пр.), проанализированы эмпирические данные (опросы общественного мнения, данные «Индекса качества городской среды» и пр.).

Городской патриотизм рассматривается как разновидность локального патриотизма, объектом положительных эмоций (гордость) и поведения (забота, гражданское участие, солидарность и пр.) которого является территория, в данном случае – город. Социологическая оптика обращения к исследованию городского патриотизма предполагает акцент на социальной дифференциации горожан в отношении к месту своего проживания или к месту планируемого переезда. Городской патриотизм как чувство привязанности, гордости за свой город, желание служить ему является важным фактором повышения человеческого капитала территории, основой её конкурентоспособности.

На примере Екатеринбурга описана институциональная картина формирования и укрепления городского патриотизма, начиная со стратегического проекта «Я – гражданин Екатеринбурга. Городской патриотизм», целью которого было формирование активной гражданской позиции и чувства патриотизма у жителей города. С историко-политических позиций город и патриотизм связаны в европейской культуре с момента появления данного типа поселения. Ведь именно город изначально был той единицей, вокруг которой формировалось понятие «государство». Экономический аспект рассмотрения городского патриотизма – это акцент на выгодах и издержках, которые может принести лояльность жителей и приезжих, характеристика того, к каким эффектам может привести любовь к городу. Патриотически настроенные люди принимают более выгодные для данной территории решения о покупках товаров и услуг. Важно, чтобы управленческие практики, направленные на поддержку местных производителей, не были спекулятивными, были грамотно позиционированы. Однако есть и примеры «успешной спекуляции» на патриотических чувствах (действия администрации мэра Нью-Йорка М. Блумберга по развитию Вест-Сайда Манхэттена). Культурологический аспект в изучении феномена городского патриотизма предполагает анализ формирования и восприятия культурных продуктов как связанных собственно с землей, вассальных (как это было в эпоху феодализма) и – в противоположность этому – горизонтальных связей, ценностных ориентиров.

Обоснован междисциплинарный подход к изучению городского патриотизма, в рамках которого выделяются значимые аспекты описания экономистами, культурологами, политологами и социологами.

Термин «патриотизм» довольно хорошо известен не только в научных кругах, но и простому обывателю, жителю того или иного города. Он на слуху в нашем обыденном лексиконе. Этот термин, конечно же, представлен в научной литературе. Проблемы патриотизма, а точнее – патриотического воспитания, рассмотрены в трудах отечественных учёных, таких как К. Д. Ушинский, А. Н. Радищев, В. А. Сухомлинский, А. Г. Ковалёва, В. С. Мухина, А. С. Макаренко, Д. С. Лихачёв, Л. Е. Никонова и др. Однако, как нам видится, вопрос городского, локального патриотизма малоизучен.

Мы ставим перед собой цель – изучение проблематики именно городского патриотизма и анализ перемен в культуре, политике и экономике на локальном уровне. Существует ли – и если да, то какова – технология формирования городского патриотизма? Наша ключевая идея заключается в том, что именно городской патриотизм формирует конкурентоспособность территории, отдельного города.

Термин «патриотизм», будучи употреблённым либо в узком, либо в широком значении, может иметь разные коннотации: положительную и отрицательную. Патриотизм может быть соотнесен с любовью к родине. Но любовь – это, конечно, слабонаучное и слабоизмеряемое понятие, поэтому патриотизм не просто любовь к родине, а, как минимум, служение родине: это и долг, и ответственность, и другие обязанности.

Однако патриотизм как любовь к родине – это всего лишь один уровень – самый высокий, первый уровень рассмотрения этого понятия: национальный патриотизм – любовь к нации, любовь к стране, любовь к государству.

Согласно опросу, который провел Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ), за 20 лет почти в два раза сократилось число тех, кто ответил положительно на вопрос «Вы патриот или нет? Вы патриот России или нет?». В 2000 году утвердительно ответили 84 %, а в 2020 году – всего лишь 46 % [1]. Показательны и вариации любви к родине (табл. 1).

© Фото: ural.kp.ru

Однажды екатеринбуржцы защитили городской пруд от застройки, регулярно его «обнимая». Этот снимок сделан 3 сентября 2017 года на очередной акции протеста против идеи возведения собора в акватории пруда.

Второй уровень рассмотрения феномена – это локальный патриотизм, это любовь к региону; и для России это тема довольно актуальная. Этот тезис находит своё подтверждение в политическом дискурсе, например, в словах Президента России В. В. Путина: «У нас нет никакой и не может быть никакой другой объединяющей идеи, кроме патриотизма», а также ввиду создания федерального проекта «Патриотическое воспитание», который направлен на обеспечение функционирования системы патриотического воспитания граждан Российской Федерации.

Говоря о локальном патриотизме, интересно отметить тот факт, что идентичность на уровне региона не является устоявшимся явлением, фиксируются процессы поиска себя именно на локальном уровне, никак не связанном с нынешней картой регионов. Так, по результатам переписи населения в РФ в 2010 году, более четырех тысяч человек назвали себя сибиряками, хотя такой национальности официально не существует. То есть эти люди по самоопределению не жители конкретного города, а именно сибиряки. Итак, видом локального является региональный патриотизм.

Однако объектом нашего исследования является третий уровень – городской патриотизм. Этот выбор обусловлен тем, что сегодня большинство населения Земли, конечно же, живет в городах: глобальный уровень урбанизации равен 56,4 %, а в России две трети жителей – горожане. Город для нас – больше, чем город, больше, чем территория, в некоторых случаях заменяет собой целый регион. Также есть прогноз, согласно которому в будущем именно города будут субъектами политики и экономики – 600 мировых мегаполисов заменят страны на политической, экономической и культурной карте мира.

Явление патриотизма само по себе не является частью категориального аппарата той или иной отрасли научного знания – оно является мультидисциплинарным. Рассмотрим его далее в четырех аспектах: социальном, историко-политическом, экономическом и культурологическом. Важно отметить, что феномен городского патриотизма – это не только объект научных изысканий, но и важный

объект практических преобразований, заботы о городе [2]. А любая практика основана на анализе и на теоретическом осмыслении.

Городской патриотизм как социальное явление

Классическая схема для социальных наук – это условное деление на когнитивный, эмоциональный, поведенческий уровни отношения к объекту анализа. Когнитивный уровень связан с феноменами познания, узнавания, знания, внимания. Так, мы можем и должны понимать, что наш город объективно существует. Вопрос о том, как знание о городе связано с лояльностью, любовью к нему, пока не изучен. Но знание о городе – важный индикатор городского патриотизма.

Эмоциональный уровень – собственно уровень чувств. Какие же эмоции вызывает город Екатеринбург? Гордость. Да, это одна из эмоций. Страх и ненависть, любовь и вожделение, привязанность или испуг, удивление или восторг? Спектр этих эмоций, которыми мы обмениваемся друг с другом, конечно, может быть применен и к городу. Некоторые города, в которые авторы приезжают в качестве туристов, именно к этим эмоциям и склоняют.

Наконец, поведенческий уровень. Он связан с тем, что мы готовы пожертвовать часть своей физической активности, часть своего времени, иные свои ресурсы, для того чтобы что-то сделать в этом городе, чтобы оставить что-то от себя. Далее будет показано, что классический городской патриот – герой, способный пожертвовать собой ради своего города. В современных условиях героизм заключается в принятии городского пространства как своего, реализованного в практике изменения города, волонтёрстве и пр.

В качестве примера со сформировавшимся городским патриотизмом, имеющим положительный, сложившийся имидж и бренд, рассмотрим такой известный российский город, как Санкт-Петербург. Кажется, что северную столицу России любят все или хотят там побывать, если такой возможности не предоставлялось. Но откуда возникло такое отношение к этому городу? Разве дело только в архитектуре? Разве дело только в истории? Уверены, что не только в этом; хотя, конечно, и архитектура, и богатство искусства, представленного в музеях Санкт-Петербурга, – все это важно. Однако самих питерцев характеризует острое, почти болезненное восприятие своего города – города, который нужно охранять. И в этом случае городской патриотизм можно назвать ярко выраженным городским знанием; любовь к городу заключается в боязни потерять городскую «ткань». Именно поэтому жители защищают свой город. Идентичность питерцев заключается в том, что они – жители великого города. Это символизм патриотизма, который, кстати говоря, прекрасно вписан в историю страны. Это положительный пример того, из чего складывается технология формирования, кирпичики патриотизма. Возможно, неслучайно именно в Санкт-Петербурге недавно вышла книга, посвященная обсуждаемому феномену [3].

Снова обратимся к Екатеринбургу и проанализируем место Екатеринбурга в рейтинге российских городов. Индекс качества городской среды — инструмент для оценки её качества и условий формирования. Индекс формируется Министерством строительства и жилищно-коммунального хозяйства РФ. Результаты формирования индекса используются при реализации положений Указа Президента Российской Федерации от 21.07.2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года», национального проекта «Жилье и городская среда», в том числе для определения размера субсидии из федерального бюджета бюджетам субъектов Российской Федерации на поддержку государственных программ субъектов Российской Федерации и муниципальных программ формирования современной городской среды. Цели на 2030 год для на-

Таблица 1 – Результаты опроса ВЦИОМ «Что, по-Вашему, значит быть патриотом?»
(закрытый вопрос, до 3-х ответов, % от всех опрошенных)

Варианты ответа	2000	2005	2006	2008	2010	2014	2018	2020
Любить свою страну	59	67	69	65	71	72	59	47
Работать и действовать во благо/для процветания страны	35	32	29	34	26	36	38	44
Стремиться к изменению положения дел в стране для того, чтобы обеспечить ей достойное будущее	24	30	29	36	26	34	39	34
Защищать свою страну от любых нападок и обвинений	25	27	27	26	27	33	29	32
Говорить о своей стране правду, какой бы горькой она ни была	12	18	17	17	18	16	19	29
Считать, что твоя страна — лучше, чем другие страны	17	16	13	16	19	24	12	8
Считать, что у твоей страны нет недостатков	4	4	5	3	5	6	3	2
Другое	3	1	1	1	1	1	3	5
Затрудняюсь ответить	9	3	4	1	2	2	2	3

шей страны поставлены четко: в 1,5 раза повысить среднее значение индекса и до 80% увеличить долю городов с благоприятной городской средой. Среди городов Российской Федерации столица Среднего Урала занимает высокое место по качеству городской среды, она признана благоприятной [4].

Данный показатель рассчитывается по группам. В группе так называемых крупнейших городов, в основном миллионников, максимально можно набрать 360 баллов. Екатеринбург (со 194 баллами) находится далеко не на первом месте – лишь на шестом среди крупнейших городов России (табл. 2). А почему город находится на шестом месте? Ответа прямого нет, хотя в Екатеринбурге работа по теме городского патриотизма началась очень давно – еще в 2003 году. Именно тогда команда муниципалитета под руководством Аркадия Чернецкого задумалась над этой проблемой, и организационной рамкой ее решения стала Стратегическая программа «Я – гражданин Екатеринбурга. Городской патриотизм».

Конечно, Екатеринбург – это очень важный город, по мнению людей. Многие люди славят его, они не уезжают отсюда. Деятели культуры со всемирной известностью предпочитают жить и работать здесь – Николай Коляда, Татьяна Баганова, Олег Богаев, Ярослава Пулинович, Ирина Васьковская, Алексей Федорченко, Сергей Айнутдинов, Дмитрий Лисс, Владимир Шахрин и др. Они городские патриоты? Эти люди – просто полюбили Екатеринбург, благодаря тому, что остались здесь и сформировали его, или это те люди, которые были вскормлены городом и теперь хотят отдать ему долг? На самом деле вопрос не тривиальный еще в том, что инвестиции в город, взращивание технологий, повышение градуса городского патриотизма, технологии, с помощью которых люди остаются в Екатеринбурге и продолжают его славить, — всё это имеет какой коэффициент полезного действия? Действительно, когда могут окупиться инвестиции в людей для города, сколько лет должно пройти? Десятки лет? По сегодняшним меркам это такой временной горизонт, постоянно инвестировать в течение которого невозможно.

Вернёмся к словосочетанию «городской патриотизм». На самом деле вместо него можно смело говорить о лояльности к городу, благосклонности к нему, его привлекательности, общности и гордости, которые возникают как феномены у его жителей. Все это влияет на качество жизни этого города.

Таблица 2 – Рейтинг крупнейших российских городов по индексу качества городской среды (2020 год)

Место	Город	Индекс
1	Москва	288
2	Санкт-Петербург	249
3	Казань	204
4	Нижний Новгород	201
5	Ростов-на-Дону	200
6	Екатеринбург	194
7	Уфа	189
8	Красноярск	181
9	Пермь	179
10	Воронеж	176
11	Челябинск	170
12	Самара	168
13	Новосибирск	166
14	Волгоград	159
15	Омск	113

Историко-политический аспект городского патриотизма

Город и патриотизм связаны теснейшим образом с момента появления и того, и другого. Во всяком случае, в европейской культуре. Будем говорить о культуре европейской хотя бы потому, что слово «патриотизм» происходит от лат. *patria* «родина». Собственно говоря, классическое определение патриотизма было также сформулировано на латинском языке Горацием в его одах и звучит так:

«Dulce et decorum est
pro patria mori»

[«Сладостно и красиво умереть за родину». — лат.; Гораций, Оды III, 2, 13]. Патриотизм, город и смерть были неразрывно связаны не только у Горация, который на самом деле свою оду, посвящённую патриотизму, писал по мотивам вполне конкретного произведения – надгробной речи Перикла из книги Фукидида «История Пелопоннесской войны».

В самом начале Пелопоннесской войны (431–404 до н. э.; войну Афины, как известно, проиграли), когда хоронили первых погибших на этой войне, глава Афин Перикл выступил с надгробной речью. В центре речи Перикла стоит город (др.-греч. πόλις, лат. *civitas*). Собственно, город и был той изначальной государственной единицей, вокруг которой в европейской традиции формируется и понятие «государство», и понятие «патриотизм». Кто такой патриот для Перикла? Это человек, которому [пред]стоит погибнуть за родной город, потому что неудачная война лишит его родины. То есть, основная идея – это неразрывная, теснейшая связь между гражданином и его городом. Античные города, как хорошо известно, были маленькими. Афины в Древней Греции считались гигантским городом: там в V веке жило примерно 40 тысяч человек, из которых граждан было от силы четверть. Гражданин – это взрослый совершеннолетний мужчина, это хозяин и воин. Это тот, кто в своём городе владеет собственностью, тот, кто этот город защищает. Поэтому для философа Демокрита было само собой очевидно, что «хоро-

шо управляемый город есть величайший оплот; в нём всё заключается, и пока он сохраняется, всё цело, а погибает он, [с ним вместе] и всё гибнет».

В Древних Афинах были люди, которые отвечали за безопасность города. Однако граждане полиса полицейскими не были – полицейских в Афинах покупали. Известно из различных источников, что в конце V века до н. э. впервые было куплено 300 скифских рабов для охраны общественного порядка. Гражданами они не были по определению, у них не было и быть не могло личной заинтересованности в будущем города, как и гордости за прошлое города. Они были даже не нанятые, а купленные сотрудники городской администрации. Поэтому, собственно говоря, полис, политика и патриотизм неразрывно связаны с момента своего возникновения.

Через полвека философ Аристотель в своем труде «Политика» (который, заметим, лежит в основе всей западной политической мысли) рассуждает о том, что такое гражданство. Его основной вывод: гражданина определяет не место. Гражданин является таковым не потому, что он живёт в том или ином городе. Гражданина определяет не происхождение, хотя оно, конечно, важно. В Афинах гражданином считался тот, кто родился от гражданина и гражданки. Но гражданство может быть даровано.

Лучше всего понятие гражданства может быть определено через участие во власти. Гражданин – это тот, кто голосует в народном собрании, и гражданин – это тот, кто заседает в суде. Таким образом, городской патриотизм – это неразрывное единство политики и участия во власти, готовности погибнуть за родной город (это обратная сторона гражданства, потому что каждый гражданин – воин) и любви к родному городу, которые рассматриваются как совершенно естественные и неразрывно связанные.

Что изменилось в Новое время? На место вполне конкретного полиса, в котором все граждане были если не знакомы друг с другом, то, как минимум, постоянно толкаясь то на рынке, то на агоре, знали друг друга в лицо (и всегда могли счесться родством), пришли *воображаемые сообщества*. Этот термин ввёл Б. Андерсон, описывая процесс национального строительства, который в Европе происходит одновременно с появлением государства (сер. XVII в.) и одновременно с формированием современных наций. Воображаемое сообщество характеризуется тем, что подавляющее большинство его участников никогда лично не общались друг с другом, что не мешает им знать о существовании друг друга и о том, что они разделяют общие ценности и представления о мире. Например, нация. Никто не может быть знаком со всеми членами своей нации при всём желании. Андерсон пишет: «Нация является воображённой, поскольку члены даже самой маленькой нации никогда не будут знать большинства своих собратьев по нации, встречаться с ними или даже слышать о них, в то время как в умах каждого из них живёт образ их общности».

Тогда зададимся вопросом, откуда люди узнают, что они, кроме семьи и трудового коллектива, ещё и члены нации? Нации отличает друг от друга прежде всего язык, который преподают в школе и на котором говорят СМИ. А еще – национальная история и культура, которые, как и язык, воспринимаются как принадлежащие всем. Именно язык, история и культура делают разбросанных в пространстве и никогда не встречавшихся людей нацией. Иными словами, нации и национализм – результат развития средств коммуникации и школы как социального института. Мы читаем газеты и смотрим телевизор – и знаем, что у нас общая судьба, что у нас есть общие интересы. У нас формируется горизонтальное воображаемое сообщество.

Если применить данную модель к современному городу, станет ясно, что он также является классическим вообража-

Рис. 1. «Перикл произносит надгробную речь». Филипп фон Фольц (1852).
«Пусть вашим взорам повседневно предстает мощь и краса нашего города и его достижения и успехи, и вы станете его восторженными почитателями. И, радуясь величию нашего города, не забывайте, что его создали доблестные, вдохновленные чувством чести люди, которые знали, что такое долг, и выполняли его... Ведь людям несчастным, влачащим жалкое существование, без надежды на лучшее будущее, нет основания рисковать жизнью, но тем подобает жертвовать жизнью за родину, кому в жизни грозит перемена к худшему, для кого неудачная война может стать роковой.»

Город – воображаемое сообщество. Нас окружают незнакомые люди, но все мы – горожане

емым сообществом. Екатеринбург не классические Афины, никто не в состоянии знать около полутора миллиона человек в лицо. Мы привыкли жить в окружении незнакомых людей, но при этом все мы – горожане и екатеринбуржцы.

Получается, что Екатеринбург существует сразу в нескольких измерениях. У нас есть Екатеринбург «из камня и извёстки». Вот он стоит, построен, занимает конкретное место в пространстве. А ещё у нас есть воображаемый Екатеринбург – тот набор символов, тот набор образов, то представление о прошлом, настоящем и будущем, которое присутствует у горожан. Этот самый воображаемый Екатеринбург и есть сфера городского патриотизма. Без этой символической составляющей у нас действительно останутся только камни и извёстка, к которым привязаться довольно трудно.

Каким образом себя выражает эта принадлежность к воображаемому сообществу? Тут мы сталкиваемся с проблемой, потому что хорошо было быть маленьким греческим полисом, где все друг друга знают, где это единство выражено наглядно. Однако, самоуправление на древнегреческий манер сейчас вряд ли удастся внедрить. Горожане всё-таки предпочитают нормальную упорядоченную администрацию. Но если решения принимает она, если право на город – её, то где тут место для городского патриотизма? Продолжают ли люди чувствовать себя в этих условиях сообществом? С полисом всё ясно: не пошёл воевать, пришли враги, захватили полис – и всё! Вместе с падением полиса кончилась и собственная жизнь. Гражданин перестал быть человеком, он стал рабом. Здесь не так. Где место городскому патриотизму в правильно управляемом современном городе?

Когда мы говорим о городском патриотизме, мы оказываемся среди вопросов, над которыми европейская политическая мысль бьётся со времён Платона с Аристотелем. «Как организовать разумно общежитие?» — задавался вопросом Аристотель. Как определить, в чём состоит общее благо? Как осуществлять совместную деятельность? Городской патриотизм формируется только в процессе совместной деятельности. Через неё, через совместную жизнь мы приобретаем эту характеристику – «любовь к родному пепелищу, любовь к отеческим гробам». И, наконец, это уже проблема новоевропейская: как научиться принадлежать сразу к нескольким воображаемым сообществам так, чтобы между ними не возникало противоречий. Все это – проблемы не только теоретические, но и практические. И решаются они через вовлечение граждан в реализацию городских инициатив.

В Екатеринбурге с развитием городского патриотизма и городского активизма всё обстоит очень неплохо – можно сказать, что на мировом уровне. Екатеринбург – как воображаемое сообщество – безусловно, существует, в том числе благодаря многообразию городских инициатив, служащему залогом того, что сообщество будет развиваться дальше.

Городской патриотизм и экономика

Исследователи выделяют феномен «экономического патриотизма» [5]. С нашей точки зрения, городской патриотизм в контексте экономических понятий следует рассматривать прежде всего с точки зрения выгод и издержек, эффектов и эффективности. Поэтому необходимо определить, какие выгоды может приносить патриотизм обществу (в том числе локальному городскому сообществу) и какие издержки обусловлены формированием патриотизма. Термин «экономический патриотизм» связан с такими понятиями, как экономическая психология и поведенческая экономика. Экономическая психология – это установки, стереотипы экономического мышления индивидов и различных социальных групп, так или иначе оказывающие влияние на восприятие ими экономической действительности и экономическое поведение [6]. Поведенческая экономика также рассматривает влияние когнитивных и эмоциональных факторов на принятие экономических решений различными субъектами, а также последствия этого для экономики [7].

Возникает вопрос: выгоды и издержки – для кого, для каких субъектов? В научной литературе ведутся дискуссии о выгодах патриотизма для общества в целом, для определенных групп и для отдельного человека. Издержки также могут накладываться на различные субъекты.

Говоря о патриотизме в увязке с экономикой, мы предполагаем, что патриотически настроенные люди принимают более выгодное решение для отдельных сообществ и государства в целом. Это может выражаться в выборе определенных товаров или услуг (например, «Покупай отечественное!»), в поддержке определенных про-

ектов, в инвестиционном или миграционном поведении и т. п. Экономический патриотизм нации может проявляться, например, в том, что уехавшие из страны люди, проживая в других странах, продолжают поддерживать родную страну, инвестируют в нее. В этом же контексте можно рассматривать поведенческие стратегии известных людей («гениев места»), которые уехали из родных мест, но продолжают поддерживать их экономическое, культурное и социальное развитие.

B. Vollan сравнил результаты исследования обзора мировых ценностей [8] (*World Values Survey*) со средними темпами экономического роста для 55 стран (по данным Всемирного банка) и выявил положительную корреляцию между патриотизмом и экономическим ростом [9].

Со стороны органов власти различных уровней могут предприниматься попытки своего рода спекуляции чувствами граждан, призывая быть патриотичными и платить налоги, покупать отечественные товары. На национальном уровне экономический патриотизм чаще всего рассматривается как протекционизм, оправдывая политику защиты собственных товаропроизводителей и товаров или политику определенных санкций [10].

«Поглаживая» демонстративный патриотизм, власть развивает в обществе цинизм

Однако на патриотизме можно успешно спекулировать и на уровне регионов и городов. Так, J. Brash в своей статье описывает попытки администрации мэра Нью-Йорка М.Блумберга использовать концепцию городского патриотизма для формирования поддержки проектов по развитию Вест-Сайда Манхэттена, обвиняя своих противников как недостаточных патриотов города. В этих дебатах на карту была поставлена не только политика городского развития, но и жизненные ценности населения. Городская идентичность, которую поддерживали администрация и ее союзники, продвигала город как место для амбициозных, инновационных, космополитичных и конкурентоспособных людей и приводила к формированию новой глобализованной корпоративной элиты, что не совпадало с жизненными ценностями большинства жителей Нью-Йорка [11].

Если говорить о выгодах патриотизма для конкретного человека, то необходимо различать настоящих патриотов и тех, кто использует патриотизм как элемент жизненной стратегии, понимая, что патриотом быть выгодно и что, соблюдая какие-то правила игры, можно получать определенные бонусы на политической или экономической арене. Истинные патриоты зачастую не очень удобны для общества и для государства, потому что их видение патриотизма заключается не только в пассивной любви к Родине, но и понимании всех проблем, недостатков и активной жизненной позиции по их устранению. Они борются за сохранение исторического наследия городов, выступают против различных проектов, наносящих ущерб (например, экологический) тому или иному месту, вступая в противоречие с инвестиционными компаниями, с органами власти различных уровней.

Для формирования городского патриотизма важно, чтобы он базировался на городской идентичности, социальном доверии и социальном капитале. Простой пример: лояльность к местным товарам или услугам должна не просто декларироваться через акции типа «Покупай местное!», а формироваться через инструменты поддержки местных товаропроизводителей, систему оценки качества товаров и услуг, систему отбора наиболее качественных товаров.

Издержки патриотизма можно также рассматривать в двух аспектах. Во-первых, это прямые государственные издержки

© Фото: пресс-служба ЭМИС

Рис. 2. В Челябинске запустили движение в поддержку российских производителей. Челябинские промышленники запустили движение под названием «Россия, покупай отечественное!», целью которого является поддержка отечественных производителей. Участники проекта уверены, что спасти российскую экономику может спрос, который направлен на внутреннее потребление, а не субсидии или дотации из бюджета.

на программы и проекты по формированию патриотизма, в том числе и молодежной политики. Однако нужно принимать во внимание и косвенные издержки: потери от принятия экономических решений гражданами или их группами, если они не являются патриотами; потери от утечки мозгов и эмиграции в целом, от вывоза капитала, от покупки товаров и услуг зарубежных компаний и т. п.

Необходимо отметить, что население достаточно чувствительно реагирует на сигналы государства. Если власть декларирует необходимость патриотизма, но при этом отсутствуют механизмы, обеспечивающие реализацию начинаний истинного патриотизма (а зачастую такие проявления даже наказываются), и только формируются инструменты «поглаживания» проявлений демонстративного патриотизма, то в обществе постепенно развивается позиция цинизма и социального недоверия.

Феодализм городского патриотизма

Сегодняшняя культура, оперирующая множеством понятий, и реальная средневековая культура, возникшая в европейском сознании в XII–XIV вв., имеют, как это парадоксально бы ни звучало, много общего. Структурно – то, в чем живет современное общество, можно сравнить с вполне феодальной реальностью. Причем и в то, и в сегодняшнее время имел и имеет место быть «паблик-арт». Мы не будем заострять внимания на истории возникновения этого понятия. Нам прежде всего любопытно сравнить фигуру художника, которого можно назвать «художником паблик-арта» тогда и сейчас. В научной литературе мало осмыслена проблема связи визуально воспринимаемых символов (ландшафт) со знаками и другими элементами («неландшафтный текст»), включаемыми в семиотический механизм формирования городского патриотизма, а также влияние знаков и символов города на сознание жителей, роль архитектурных символов, планировки города, праздников, музеев, краеведения в консолидации горожан и восприятии ими городского пространства [12]

По большому счету, любой художник в эпоху феодализма – это художник паблик-арта в том смысле, что посыл искусства (в тех условиях абсолютно религиозного) – это посыл религиозной идеологии, направленный на паству, на верующих, на неопределенную количественную аудиторию, но у которой есть определенные точки в пространстве, где такой посыл возможен для его воплощения, визуализации. В те времена весьма распространенным явлением была невысокая грамотность, отсутствие читающих людей. Вместо этого люди просто смотрели, наблюдали; поэтому роль визуальности была уже чрезвычайно высока. Все техники и технологии визуализации используются для того, чтобы воплощать некие сакральные, религиозные тексты, библейские и евангельские мифы, жития святых – все, что сопровождает религиозного человека. Поэтому фигура художника – совершенно особенная, художник – это медиатор, медиум, через которого проговаривается божественный текст. Это и есть предмет паблик-арта (рис. 3).

Сегодняшний же художник не атеист, он не связан ни с богом, ни с церковью никакими особыми обязательствами, даже в каком-то смысле с властью не связан, со светской властью. Возникает вопрос: где в феодальной истории место городского патриотизма? Ведь

Рис. 3. Амброджо Лоренцетти. «Плоды доброго правления». Фреска. 1337–1339 гг. Сиена, Палаццо Пубблико.
Автор вложил в произведение представления о счастливой мирной жизни: жизнь в городе бьёт ключом – идет строительство, торгуют лавочки, люди развлекают себя играми, а в центре сцены беспечные, модно одетые девицы водят хоровод.

ранее нами было показано, что патриотизм возник задолго до этой эпохи.

Городской патриотизм в том контексте – это нечто в общем противоположное феодальному устройству, прежде всего связанному с землей, с земельным наделом, который передается вместе с вассалитетом. Но сеньор при этом не теряет контроля на территории, и, собственно говоря, эти вассальные права передаются до того момента, пока вассал не прекратит служить сеньору.

Отношения и с вассалами, и с церковной властью, и с зарождающимся классом горожан, который представляет мастеровое и торговое сословие (в т. ч. художническое) – это та среда, в которой начинает зарождаться то, что можно назвать впоследствии городским патриотизмом; то, что мы сейчас обозначаем как городские сообщества, причем необязательно профессиональные, каковым это было в обязательном порядке в Средневековье. Сегодня это скорее соседские сообщества, территориальные сообщества, может быть, какие-то сообщества по интересам и так далее. Это те, кто может генерировать городской патриотизм, если воспользоваться все-таки термином «патриотизм». В этом смысле городской патриотизм находится все время против течения и в те, и в сегодняшние времена. Он связан с инициативой и с той деятельностью, которую может осуществлять локальное сообщество, в том числе по посланию неких «горизонтальных» сообщений, воплощающих какие-то важные для людей, живущих здесь, ценности. Насколько это является художественной функцией – большой вопрос. Средневековое общество – абсолютно феодальное общество с иерархически подчиненными отношениями – в итоге перед богом. То общество было с эсхатологической перспективой: конец света настанет, и придется предстать, и за каждое деяние ответить. В этом смысле любой гражданин тогда – это нравственный человек, носитель нравственного сознания.

Рис. 4. Покрас Лампас. Супрематический крест на площади Первой Пятилетки. 2019 г. Екатеринбург. Образец современного паблик-арта. Площадь – 6686 кв. м. В крест была вписана цитата художника Казимира Малевича «Я развязал узлы мудрости и освободил сознание краски. Я преодолел невозможное и пропасти сделал своим дыханием. Мы, супрематисты, – бросаем вам дорогу». Работа вызвала неоднозначную реакцию среди населения, что повлекло реконструкцию креста. На новом изображении автором был «замаскирован» другой лозунг – «Товарищ, помни: Цензура не должна влиять на искусство», который долгое время оставался незамеченным. В настоящее время работа почти не сохранилась.

У современного человека нет эсхатологических перспектив, он ничего не боится. Все трещит, рушится, пандемия, но у людей сегодня нет ощущения конца света. Мифологией живут, сейчас – сильнее, чем тогда, именно потому, что нет носителя нравственных критериев.

Заключение

Городской патриотизм рассмотрен как часть конкурентоспособности территории. Чем больше приверженцев города, чем более лояльны жители и гости к городу, тем, конечно, более высокий человеческий капитал город себе обеспечивает, это влияет на более высокий уровень жизни и качество жизни населения и, безусловно, в целом характеризует привлекательность города.

Рассуждая о городском патриотизме в Екатеринбурге, можно сказать, что это естественно связано с идентичностью, но в некоторых странах мира идентичность определяется как раз как городская, на втором месте – некая региональная, а только на третьем месте – национальная. Например, флорентиец или тосканец, а только после этого итальянец. А как мы про себя говорим? Екатеринбуржец или уралец, россиянин или россиянка, уралочка или екатеринбурженка. Что для нас главное? Как человек себя определяет? Это, конечно, очень важная точка отсчета, и это одно из тех оснований, на которых можно строить работу по измерению и формированию городского патриотизма.

Патриотизм – социальный феномен, имеющий разные «этажи» изучения и воздействия – национальный, региональный, городской, местный. Пока в этой иерархии нет глобального патриотизма: «Мы – патриоты планеты Земля». Но освоение новых мест обитания человека во Вселенной идет активно, поэтому появление патриотов Луны, Марса, Венеры и Земли – наше будущее. ■

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ:

[1] Патриотизм сегодня: не только любить, но и работать! // ВЦИОМ Новости. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/patriotizm-segodnya-ne-tolko-lyubit-no-i-rabotat (дата обращения: 11.11.2021).

[2] **Валов Р.Ю., Долженко Р.А.** (2021). Интервью с главой администрации городского округа Сухой Лог // Муниципалитет: экономика и управление. № 1 (34). С. 5–12. URL: https://municipality.expert/issue/2021/01/01 (дата обращения: 11.11.2021). DOI: 10.22394/2304-3385-2021-1-5-12.

[3] **Кром М.** (2020). ПАТРИОТИЗМ или Дым отечества. СПб.

[4] Индекс качества городской среды – инструмент для оценки качества материальной городской среды и условий её формирования // Индекс качества городской среды. URL: https://xn----dtbcccdtsypabxk.xn--p1ai/ (дата обращения: 11.11.2021).

[5] **Оринина Л.В.** (2015). Феномен экономического патриотизма учащейся молодежи в социокультурных условиях современной России // Новая наука: Современное состояние и пути развития. № 4-2. С. 79–81.

[6] **Della Vigna S.** (2009). Psychology and economics: Evidence from the field, *Journal of Economic literature*, vol. 47, iss. 2, pp. 315–372.

[7] Cartwright E. (2018). Behavioral Economics. Routledge.

[8] World Values Survey Wave 7 (2017–2020). URL: https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp (accessed 11.11.2021).

[9] **Vollan B.** The Economics of Patriotism. URL: https://behavioraldevelopmentblog.wordpress.com/2017/07/16/the-economics-of-patriotism/ (accessed 11.11.2021).

[10] **Clift B.** (2013). Economic patriotism, the clash of capitalisms, and state aid in the European Union, *Journal of Industry, Competition and Trade*, vol. 13, iss. 1, pp. 101–117.

[11] **Härtel H.H.** (2006). The threat of economic patriotism, *Intereconomics*, vol. 41, iss. 2, pp. 58–59.

[12] **Brash J.** (2006). Re-scaling patriotism: Competition and urban identity in Michael Bloomberg's New York, Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development. Pp. 387–432.

[13] **Капицын В.М.** (2014). Семиозис городского патриотизма: опыт осмысления теории и практики // Вестник Рязанского государственного университета имени С. А. Есенина. № 3 (44). С. 20–34.

URBAN PATRIOTISM AS AN OBJECT OF MODERN INTERDISCIPLINARY RESEARCH

ABSTRACT:

The concept of patriotism is relevant both for urban socio-cultural design practice and for scientific research. The purpose of the given research is to describe the aspects, key for social sciences and humanities, of the interdisciplinary analysis of the "urban patriotism" phenomenon in the framework of economics, sociology, cultural studies and political science.

The authors used theoretical methods (synthesis and analysis, comparative, historicism, etc.) and analyzed empirical data (public opinion polls, "Urban Environment Quality Index" data, etc.).

Urban patriotism is considered as a kind of local patriotism, where the object of positive emotions (pride) and behavior (care, civic participation, solidarity, etc.) is the territory, the city in this case. The sociological optics of exploring urban patriotism implies emphasizing social differentiation of city dwellers in relation to their place of residence or to the place of the perspective moving. Urban patriotism as a feeling of affection, pride in one's city, a desire to serve it, is an important factor of increasing the human capital of a territory, the foundations of its competitiveness.

AUTHORS' INFORMATION:

Natal'ya Yu. Vlasova
Ural State University of Economicis (62/45, 8 Marta/Narodnoy Voli St., Ekaterinburg, 620144, Russia)
✉ vnj@usue.ru

Larisa E. Petrova
Ekaterinburg Academy of Contemporary Art (3, Kultury St., Ekaterinburg, 620012, Russia)
✉ petrova@eaca.ru

Leonid Yu. Salmin
Ural State University of Architecture and Art (23, K. Liebknecht St., Ekaterinburg, 620075, Russia)
✉ leosalmin@mail.ru

Anna D. Trakhtenberg
Institute of Philosophy and Law of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences (16, S. Kovalevskaya St., Ekaterinburg, 620990, Russia)
✉ cskiit@yandex.ru
Inna A. Akhyamova
Ekaterinburg Academy of Contemporary Art (3, Kultury St., Ekaterinburg, 620012, Russia);
✉ innaah@yandex.ru

KEYWORDS:
territorial development, local identity, patriotism.

FOR CITATION:
Vlasova N.Yu., Petrova L.E., Salmin L.Yu., Trakhtenberg A.D., Akhyamova I.A. (2021). Urban patriotism as an object of modern interdisciplinary research, *Municipality: Economics and Management*, no. 4, pp. 6–16.

Through the example of Ekaterinburg, the institutional picture of the urban patriotism formation and strengthening is described, beginning with the "I am a citizen of Ekaterinburg" strategic project, aiming at active civic position and sense of patriotism development among the city residents. From the historical and political positions, the city and patriotism have been linked in European culture since the emergence of this type of settlement. It was the city that originally was the point around which the concept of "state" was formed.

The economic aspect of considering urban patriotism is the emphasis on the benefits and costs that residents' and visitors' loyalty can bring, characterizing the effects of love for the city. Patriotically minded people make decisions to purchase goods and services that are more beneficial for a given territory. It is important that management practices aimed at supporting local producers are not speculative but well positioned. However, there are also examples of "successful speculation" on patriotic feelings (Mayor M. Bloomberg's New York administration actions to develop West Side of Manhattan). The culturological aspect of researching the phenomenon of urban patriotism implies analyzing the formation and perception of cultural products as related to the land itself, vassal (as in feudalism epoch) and, in contrast, horizontal connections, values.

The interdisciplinary approach to exploring urban patriotism is justified, of with significant aspects of the description by economists, culturologists, political scientists and sociologists highlighted in its framework.

REFERENCES:

[1] Patriotism today: not only to love, but also work! VTsIOM News. URL: https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/patriotizm-segodnya-ne-tolko-lyubit-no-i-rabotat (accessed 11.11.2021).
[2] **Valov R.Yu., Dolzhenko R.A.** (2021). Interview with the Head of the Sukhoi Log Municipal District Administration, *Municipality: Economics and Management*, no. 1 (34), pp. 5–12. URL: https://municipality.expert/issue/2021/01/01 (accessed 11.11.2021). DOI: 10.22394/2304-3385-2021-1-5-12.
[3] **Krom M.** (2020). Patriotism, or Smoke of the fatherland. St. Petersburg.
[4] The quality index of the urban environment is a tool for assessing the quality of the material urban environment and its conditions of formation. The quality index of the urban environment. URL: https://xn----dtbcccdtsypabxk.xn--p1ai/ (accessed 11.11.2021).
[5] **Orinina L.V.** (2015). The phenomenon of economic patriotism of students of young people in sociocultural conditions of modern Russia, New Science: Current state and development paths, no. 4-2, pp. 79–81.
[6] **Della Vigna S.** (2009). Psychology and economics: Evidence from the field, *Journal of Economic literature*, vol. 47, iss. 2, pp. 315–372.
[7] Cartwright E. (2018). Behavioral Economics. Routledge.
[8] World Values Survey Wave 7 (2017–2020). URL: https://www.worldvaluessurvey.org/WVSDocumentationWV7.jsp (accessed 11.11.2021).
[9] **Vollan B.** The Economics of Patriotism. URL: https://behavioraldevelopmentblog.wordpress.com/2017/07/16/the-economics-of-patriotism/ (accessed 11.11.2021).
[10] **Clift B.** (2013). Economic patriotism, the clash of capitalisms, and state aid in the European Union, *Journal of Industry, Competition and Trade*, vol. 13, iss. 1, pp. 101–117.
[11] **Härtel H.H.** (2006). The threat of economic patriotism, *Intereconomics*, vol. 41, iss. 2, pp. 58–59.
[12] **Brash J.** (2006). Re-scaling patriotism: Competition and urban identity in Michael Bloomberg's New York, Urban Anthropology and Studies of Cultural Systems and World Economic Development. Pp. 387–432.
[13] Kapitsyn V.M. (2014). Semiosis of urban patriotism: an experience of comprehending theory and practice, Bulletin of the Ryazan State University named after S. A. Yesenin, no. 3 (44), pp. 20–34.