

ВИЗУАЛЬНО-СЕМИОТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ГОРОДСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ

Г. В. Горнова

Омский государственный педагогический университет, Россия
gornovagv@yandex.ru

Статья подготовлена при финансовой поддержке РФФИ,
проект 18-411-550008 р_а: «Городская идентичность:
антиномичность миграционных установок горожан
(на материале города Омска)»

Статья посвящена изучению визуально-семиотических аспектов городской идентичности. Актуальность исследований городской идентичности обоснована её непосредственным воздействием на миграционные установки и миграционное поведение горожан. Городская идентичность содержит устойчивые представления человека о себе как о жителе определённого города, фиксирует эмоциональные и ценностные отношения горожанина к истории и культуре города, к городскому сообществу, влияет на самооценку индивида и его продуктивную деятельность. Целью статьи является анализ визуально-семиотических аспектов городской идентичности. В статье решается ряд исследовательских задач: во-первых, теоретически описана структура городской идентичности; во-вторых, показана структурная взаимосвязь компонентов городской идентичности; в-третьих, выделены визуально-семиотические аспекты в каждом компоненте городской идентичности; в-четвертых, продемонстрировано влияние аффективного и ценностно-смыслового компонента городской идентичности на миграционные установки горожан (практический компонент). Структура городской идентичности состоит из когнитивного, аффективного, ценностно-смыслового и практического компонентов. Когнитивный компонент содержит комплекс объективных представлений о городе, в котором человек живёт, о факторах, влияющих на условия и качество жизни в городе. Визуализация этих представлений отражена в географических картах, графиках, диаграммах, таблицах. В аффективном компоненте городской идентичности происходит эмоционально-чувственное освоение города человеком. Способность города порождать переживания зависит от его истории, культуры, архитектуры. Способность человека переживать город воспитывается. Визуально-семиотический аспект аффективного компонента представлен обликом города, зависит от сложности архитектурных образов, постигается человеком при овладении навыками визуальной коммуникации. Позитивные и негативные эмоции аффективного компонента влияют на жизненные установки горожан (практический компонент городской идентичности). Ценностно-смысловой компонент городской идентичности служит формой согласования представлений людей о горо-

де, выражается в объективированных формах городской культуры. Практический компонент городской идентичности непосредственно влияет на стратегию жизненного выбора горожанина. Специфика визуально-семиотических аспектов городской идентичности проиллюстрирована примерами из классических трудов отечественных и зарубежных исследователей городской культуры, а также конкретными примерами повседневной городской жизни Омска двух десятилетий XXI в. В статье определены причины формирования негативной городской идентичности жителей Омска. Полученные результаты могут стать основой для дальнейших исследований позитивной и негативной городской идентичности. Практическая значимость исследования заключается в возможности использования теоретиками и практиками городского развития представлений о влиянии городской идентичности на миграционное поведение горожан.

Ключевые слова: город, городская идентичность, структура городской идентичности, визуально-семиотические аспекты городской идентичности.

VISUAL SEMIOTICS OF CITY IDENTITY

Galina Gornova

Omsk State Pedagogical University, Russia
gornovagv@yandex.ru

The article is devoted to the study of the visual semiotic aspects of city identity. The relevance of research on city identity is justified by its direct impact on migration patterns and migration behavior of citizens. The city identity contains a person's stable image of himself as a resident of a certain city, fixes the citizen's emotional and value attitudes to the history and culture of the city, to the city community, influences the individual's self-esteem and his productive activities. The purpose of the article is to analyze the visual semiotic aspects of city identity. The article solves a number of research problems: first, the structure of city identity is theoretically described; secondly, the structural interconnection of city identity components is shown; thirdly, the visual semiotic aspects are highlighted in each component of city identity; fourthly, the influence of the affective and value-semantic component of city identity on the migration attitudes of the practical component is demonstrated. The structure of city identity consists of cognitive, affective, value-semantic and practical components. The cognitive component contains a complex of objective ideas about the city in which a person lives, about the factors affecting the conditions and quality of life in the city. The visualization of these representations is reflected in geographical maps, graphs, charts, tables. In the affective component of city identity, an emotional and sensual perception of the city by

man takes place. The ability of a city to generate experiences depends on its history, culture, architecture. The ability of a person to experience the city is brought up. The visual semiotic aspect of the affective component is represented by the appearance of the city, it depends on the complexity of the architectural images, it is comprehended by a person while mastering the skills of visual communication. The positive and negative emotions affect the attitudes of the practical component of city identity. The value-semantic component of city identity serves as a form of harmonization of people's ideas about the city, expressed in objectified forms of urban culture. The practical component of city identity directly influences the strategy of a citizen's life choice. The specificity of the visual semiotic aspects of city identity is illustrated by examples from the classic works of domestic and foreign researchers of urban culture, as well as specific examples of the everyday urban life of Omsk over two decades of the 21st century. The article identifies the reasons for the formation of a negative city identity of Omsk residents. The results can be a direction for further research on positive and negative city identity. The practical significance of the study lies in the possibility of using by theorists and practitioners of urban development the ideas about the influence of city identity on the migration behavior of citizens.

Keywords: city, city identity, structure of city identity, visual semiotic aspects of city identity.

DOI 10.23951/2312-7899-2019-3-62-74

Одной из теоретических интерпретаций города является его понимание как визуально и знаково-символически организованной формы культуры [Аванесов 2016, 10]. Таким же образом можно интерпретировать и все феномены городской жизни и городской культуры, в частности, при изучении городской идентичности выделить её визуально-семиотические аспекты. К тому же и сам термин «аспект» имеет отчётливо выраженную семантику визуальности: этимологически восходит к латинскому «*aspectus*», что переводится как *взгляд, вид, облик*; в толковых словарях общепотребительное лексическое значение термина определяется как *точка зрения или угол зрения, одна из сторон рассматриваемого объекта, явления, понятия*; узкопрофессиональное употребление – в ботанике – *внешний вид, облик фитоценоза*, в лингвистике – *глагольный вид*, в астрономии (устар.) – *видимое расположение планет и звёзд с точки зрения наблюдателя*. Получается, что, исследуя визуальные аспекты какого-либо объекта, мы удваиваем семантику визуальности.

Прагматика семиотического подхода в качестве основной функции знаковых систем выделяет функцию обеспечения коммуникации в сообществе, а в качестве основной задачи – исследование деятельности субъектов по созданию и интерпретации знаков [Гутнер 2009, 855]. Семиозис идентичности также осуществим только в сообществе – реальном или воображаемом. Аналитика визуально-семиотических аспектов городской идентичности может быть осуществлена с использованием представлений о структуре городской идентичности [Горнова 2018, 14].

Когнитивный компонент городской идентичности содержит комплекс теоретических и обыденных, коллективных и индивидуальных представлений о городе, в котором человек живёт, об особенностях города и объективных факторах (географических, экономических, демографических, социально-политических и т. п.), влияющих на условия и качество жизни в городе. Отчётливая визуализация этого компонента представлена на географических картах, на которых изображены все географические характеристики города: его местоположение относительно столицы и других населённых пунктов страны, рельеф, гидрография, коммуникации, хозяйственные объекты и пр.; на всевозможных графиках, диаграммах, таблицах, делающих наглядными основные экономические, демографические, социальные, экологические показатели развития города. Объективные когнитивные представления далее подвергаются субъективизации, ценностно окрашиваются в аффективном и ценностно-смысловом компонентах городской идентичности.

Аффективный компонент городской идентичности, личностно «перерабатывающий» объективные данности существования города, отвечает за эмоционально-чувственное освоение и присвоение города индивидом, которое происходит в процессе переживания города. Интенсивность процесса переживания имеет двусторонний характер, зависит от города и от человека: способен ли этот город пробуждать чувства, в состоянии ли человек испытывать сильные чувства и осознавать свои эмоции. Сама способность города порождать переживания зависит от его истории и культуры, от сложности архитектурных образов, в которых сохраняется прошлое города. По Аристотелю, история – это прошлое в настоящем. Архитектура, как живая память, связывает поколения и является самым мощным визуальным свидетельством этой связи, позволяет осуществить символическую реконструкцию прошлого в настоящем. Способность человека переживать город и осознавать свои переживания воспитывается.

Воспитанию этой способности и исследованию эмоционального воздействия архитектуры посвятил свою жизнь историк и педагог, исследователь городской культуры, апологет экскурсионного подхода в преподавании истории И. М. Гревс, который ввёл термин «гуманитарное краеведение». Сверхидеей этого подхода можно считать целенаправленные усилия по развитию эмоционального опыта человека. Основной целью, которую И. М. Гревс ставил перед слушателями своих курсов, было вживание в душу города с целью строительства собственной души, а для этого был совершенно необходим особым образом организованный непосредственный контакт с познаваемой реальностью – городом. В составленных им учебно-экскурсионных программах были разработаны «техники» знакомства с городом, в которых главная роль отводилась визуальности: важен был взгляд на город.

Тяга профессора Гревса к психологизации исторического исследования, его желание «вжиться» в предмет изучения – город, постоянное стремление к жизненной актуализации предмета исследования объясняется методологией его исследовательской стратегии: аффективные аспекты изучаемого объекта являются первичными для исследователя и не могут быть полностью переведены на язык научного описания; невозможно отказаться от исследования субъективного переживания объективного; последующее соотнесение с фактами позволяет рационально проверить полученное «интуитивное» знание. Программу научного «вживания» (заранее спланированного, направленного) Гревс активно использовал в качестве теоретической основы своей экскурсионной деятельности [Свешников 2016, 64].

Обучающиеся должны были овладеть навыками визуальной коммуникации. Для того, чтобы почувствовать город, нужно увидеть его топографию: именно это даёт представление о целостности города. Рассматривания карты города недостаточно, необходимо закрепить понимание планировки города взглядом с высоты «птичьего полёта», поднявшись на самую высокую точку – башню, колокольню, под купол храма. Гревс даёт конкретные рекомендации: в Санкт-Петербурге для этого лучшее место – галерея Исаакиевского собора, в Риме – купол собора Св. Петра. Но этот панорамный взгляд сверху способен нарушить пропорции, «сплющить реальность», стереть рельеф, поэтому ему надо противопоставить другой взгляд – общий вид города с другой возвышенной точки, вид сбоку, который не даст возможность разглядеть общие планы, но раздвинет «перспективы для уразумения “психического облика”

изучаемого, часто таинственного и сложного чувства» [Гревс 1921, 27]. Лучшие виды Москвы открываются с Воробьёвых гор, на Киев нужно смотреть с Владимирской горки, на Рим – с западного берега Тибра с холма Яникула, на Париж – с Монмартра или с террасы Сен-Клу [Гревс 1921, 27].

Продолжая эту традицию исследования влияния визуального образа города на человека, Д. С. Лихачев затрагивает вопрос о силуэтности города (skyline) – очертании зданий на фоне неба, линий города на фоне неба. Если в природе первичен горизонт – далёкая граница степи и неба, неба и моря, то в городе – skyline [Лихачев 1991, 398]. К. Линч при изучении роли образов окружения в городской жизни приводит в пример визуальную структуру Джерси-Сити, полученную в результате полевого исследования, и отмечает её общую невнятность, недостаток чётко распознаваемых и согласованных элементов пространственного восприятия, а также выделяет интересную особенность – чётко опознаваемым и ценным всеми горожанами является только потрясающее зрелище силуэта Нью-Йорка в отдалении [Линч 1982, 34–35]. В визуальной организации города силуэтные линии определялись вполне осознанно: в качестве примера Д. С. Лихачев приводит храм Софии в Великом Новгороде, высотную доминанту и самое монументальное строение в городе, и настаивает, что и в современном городе по-прежнему необходима осознанность в этом вопросе, необходимо осмысленное и бережное сохранение силуэтности, открывающейся с разных точек обзора [Лихачев 1991, 399].

Даже если у горожанина специально не воспитывается и не поддерживается способность переживать город и осознавать свои эстетические, этические и экзистенциальные чувства, данная способность всё равно у него присутствует: у одних на рефлексивном уровне, у других – на дорефлексивном. Интересно, что эта способность актуализируется и пробуждает чувства, когда в городе, в котором живёт человек, появляются разного рода «новации и инновации», практически внезапно и непоправимым образом изменяющие город. При этом важно замечание Дж. Джекобс о том, что бросающиеся в глаза объекты, которые можно воспринимать как визуальные уличные преграды, воздействуют на городскую картину совершенно непропорционально своим физическим размерам, даже если это большие здания [Джекобс 2011, 398]. Во многом это касается и силуэтности города. Если раньше высотные доминанты – храмы, башни – были наделены ясно осознаваемым символическим значением, то в современных городах единственным объяснением

варварского отношения к исторически сложившейся силуэтности города, единственным значением появления высотных доминант является власть денег и слабость городского сообщества. Наглядный пример в Омске – высотное здание ЖК «Новый Пионер», построенное в исторической центральной части города на стрелке Оми и Иртыша, заслонившее и словно заключившее в скобки здание Дома художника, зачеркнувшее доселе гармоничный skyline. Горожане, любившие это место, испытывают чувство горечи, ощущают собственное бессилие и чуждость городу. Сходным примером вмешательства в облик города является история «Лахта-центра» в Санкт-Петербурге, когда 400-метровое здание собирались построить практически в историческом центре – на Охте, разрушив ценностно-символическую связь иглы Адмиралтейства, шпиля Петропавловского собора и купола Исаакия, но протесты горожан заставили бизнес и власть перенести небоскрёб к Лахтинскому разливу. Такое высокое здание, конечно, теперь видно со всех смотровых площадок города, но, может, победа горожан в борьбе с корпорацией «Газпром» придаст этому зданию небольшой, но хоть какой-то дополнительный символический оттенок смысла?

В рамках сложившихся психологических теорий эмоций – эволюционной, биологической, психоаналитической, органической, активационной, двухфакторной, потребностно-информационной и пр. – все эмоции условно делятся на позитивные и негативные. Это деление условно, поскольку негативные эмоции выполняют важные и необходимые для психики функции: они сигнализируют об опасности, о неудовлетворенности важной потребности, о том, что стоит удалиться от объекта, вызывающего негативные эмоции. Позитивные эмоции придают энергию, побуждают к деятельности, повышают вероятность того, что эта деятельность будет успешной и пробуждают желание быть как можно ближе к объекту, их вызывающему. По отношению к городским переживаниям и для анализа городской идентичности важно зафиксировать это свойство аффективного компонента, которое затем в полной мере проявится в практическом компоненте городской идентичности. Нормальное протекание эмоциональных процессов подразумевает возможность выражения эмоций, их подавление приводит к разного рода искажениям отношения человека к миру и к другим людям. Репрессия аффективного компонента городской идентичности отражается в ценностно-смысловом компоненте.

Ценностно-смысловой компонент городской идентичности базируется на идеалах, экзистенциалах, ценностях и нормах городской

культуры. Онтологическим полем его существования является экзистенциальная парадигма города, представляющая собой объективацию идеальной стороны городского бытия и выступающая не только основанием духовного освоения города, но и формой согласования представлений людей о городе. Объективированные формы городской культуры – городские идеалы, мифы и метафоры – репрезентируют ценностно-нормативные представления в синхроническом и диахроническом срезе, показывают, какой ценностный отбор производили горожане предшествующих исторических эпох, что закрепилось в мемориальной культуре города, что кануло в прошлое, а что актуально существует и влияет на повседневную жизнь.

Объективированные формы городской культуры содержат видение города, разделяемое большими и малыми социальными группами, приобретающее дополнительные значения в разного рода субкультурах. К примеру, урбанистическая предельная метафора «город-сад» является одной из фундаментальных городских метафор, поскольку даёт внятное и чёткое впечатление о городе, описывает практически идеальную городскую среду, но эта метафора от частого и порой манипулятивного риторического употребления стала штампом, её несовпадение с реальной городской средой, протест против очевидного несоответствия, вызывает к жизни антонимичную метафору «город-пень», которая ёмко поясняет, к чему приведёт некачественное кронирование или вырубка деревьев в городе. Городские мифы содержат набор возможных вариантов жизнепрживания. Например, универсальный миф о завоевании столицы провинциалами – архетипический сюжет, без остановки транслируемый художественной литературой и кинематографом, – до сих пор не утратил свой энергетический заряд и по-прежнему функционирует в пространстве каждого провинциального и каждого столичного города мира, влияя на ценностный выбор горожан. Такой выбор впоследствии реализуется в миграционном поведении.

Именно в ценностно-смысловом компоненте городской идентичности происходит надделение дополнительными смыслами и значениями объективных факторов, влияющих на жизнь в городе, и субъективных переживаний горожан (аффективный компонент), которые порождаются этими факторами. Это можно проиллюстрировать на примере Омска.

Так, вполне объективные представления о географическом положении города под влиянием остро переживаемого ощущения

несправедливости и чувства обиды, вызванных неправильной, с точки зрения омичей, федеральной и региональной бюджетной политикой, а также неравномерным распределением социальных ресурсов, запускают компенсаторный механизм, который трансформирует нейтральные представления о местоположении города в ценностно-окрашенные и наделяет энергией классический про-странственный миф о центральности города: хотя мой город и проигрывает в социально-экономической конкуренции, зато он находится в центре страны, значит, и я нахожусь в центре страны в отличие от всех прочих, и это придаёт мне особую значимость. Такие рассуждения часто используются в разного рода прожектёрских планах, как правило, имеющих интересную и легко доступную для восприятия визуализацию, которая не исключает, однако, наличия изрядной доли абсурдности в этих проектах.

К таким проектам можно отнести «евразийский мегапроект “73-й Меридиан”, <...> включающий в себя создание Аэрограда» [Самохина 2017, 61]. 73-й меридиан восточной долготы, который проходит через Омскую область, позиционируется как центр Евразии, а сам Омск метафорически полагается центром / началом / истоком меридиана; об этом говорит и название цитируемой статьи – «73-й Меридиан начинается в Омске». Тем не менее, более распространённой версией всё же считается отнесение центра Евразии ближе к 80-му меридиану (оказывается, определение центра Евразии является популярной и дискутируемой темой). По замыслу авторов проекта «73-й Меридиан» Омск должен стать транспортно-логистическим центром, своеобразным «собирателем территорий», расположенных на этом меридиане: территорий 4-х субъектов РФ, а также территорий Казахстана, Киргизии, Таджикистана, Афганистана, Пакистана и Индии. Аргументация проектного решения зачастую связывалась авторами с удобством ведения бизнеса, чему способствуют единый часовой пояс и сходный менталитет коренного населения данных территорий. Думаю, что дальше можно и не продолжать описывать проект... Обсуждение такого рода проектов активизировалось перед 300-летием Омска, отмечавшимся в 2016 году, что можно объяснить надеждой на федеральное финансирование.

Помимо фантастических проектов были заявлены три проекта, казавшихся горожанам вполне реальными и частично выполнимыми к юбилейной дате: омское метро, подпорная плотина – Красногорский гидроузел, который должен был поднять уровень воды в Иртыше в пределах Омска, и новый аэропорт Фёдоровка. Все эти

проекты так и не были реализованы; федеральные и региональные средства, выделенные на их реализацию, в буквальном смысле слова были закопаны в землю, и не были предприняты попытки реорганизации проектов, хотя такие возможности имелись. В. Вучек, эксперт в сфере транспортного развития, посетивший Омск в 2014 году, предложил возможное решение, но оно не было принято. На 5,5 млрд рублей, потраченных на Красногорский гидроузел, можно было существенно улучшить городскую среду или поддержать общественный транспорт, однако, такая рутина повседневной жизни региональным властям была не очень интересна.

Возможно, что нереализованность этих проектов, в конечном итоге, обернулась для города благом, поскольку самое короткое метро в России было бы нерентабельно, Красногорский гидроузел нанёс бы вред экологии, а добираться до аэропорта Фёдоровка омичам пришлось бы долго и дорого. Однако эти проекты имели и символическую ценность: метро поддержало бы репутацию города-миллионника, Иртыш стал бы полноводнее и лучше смотрелся на фотографиях, хоть и в пределах города, аэропорт подарил бы надежду на лучшую связь с миром, на преодоление изолированности и развитие большей мобильности, хотя Омск к этому моменту уже проиграл в региональной конкурентной борьбе за создание хабов. В этом виртуальном проектном городе будущего Омск символически становился центром пространственно-временных координат...

Региональные власти долгое время вели массивную информационную поддержку этих проектов, прибегая к сильным символическим преувеличениям. Так, метромост (мост им. 60-летия Победы, сдан в 2005 году) в официальной риторике именовался Мостом Тысячелетия [Новый Омск 2015]. Губернатор Л. К. Полежаев, руководивший Омском в период 1990–2012 годов, обеспечивал успешный контроль медиаповестки. Поскольку другая трактовка событий не приветствовалась, а социальные медиа были ещё не развиты, происходило вытеснение целого комплекса представлений аффективного компонента городской идентичности: недоумения, злости, возмущения, огорчения, ощущения абсурдности происходящего. Всё это впоследствии «взорвалось» в негативной городской идентичности с её символикой абсурда: омской птицей, омским метро и мемом «Не пытайтесь покинуть Омск».

С Омском зачастую связывается метафора центра: географический, культурный, научный, промышленный центр; кроме того, мы можем встретить её вариацию в форме «столичной метафоры» – Белая столица, театральная столица и пр. Почему такая метафора

до сих пор активно функционирует в символическом пространстве городской культуры и ценностно-смысловом компоненте городской идентичности? Это можно объяснить, во-первых, парадоксом центральной позиции личности, эксцентрической позицией личности, которая свойственна горожанину любого города, – каждый человек, проживая свою единственную и неповторимую жизнь, пространство своей жизни воспринимает как центральное, именно его полагает точкой отсчёта. Во-вторых, центральность не сводится только к индивидуально-психологическим интерпретациям, она имеет более широкие контексты, например, космологический, и изначально присуща культуре [Максименко 2011, 29–30]. В-третьих, Омск, как хороший, крупный провинциальный город, воспроизводит социально-психологическую норму, устойчивые срединные образцы городской культуры и адаптивных, стабильных, способных к адекватному социальному взаимодействию горожан. Вот эта устойчивость, культурная срединность, «великое среднее» усиливает семантику центральности. Однако, в последнее время это воспроизводство социально-психологической нормы начинает давать сбои, что обнаруживается при анализе практического компонента городской идентичности.

Практический компонент городской идентичности напрямую влияет на деятельность горожанина, на стратегию его жизненного выбора, в целом – на его жизненный путь. Констатация этих стратегических выборов, в конечном итоге, отражается в сухих статистических данных миграционного движения населения. В 1993 году население Омской области составляло 2 177 тыс. человек, в 2019 – 1 960 тыс. человек, за двадцать пять лет регион потерял более чем 200 тыс. жителей [Козубович 2019]. По данным Федеральной налоговой службы за 2018 год более 121 тыс. жителей Омской области официально трудоустроены в других регионах; по сравнению с 2017 годом сумма НДФЛ, уплаченная в бюджеты других регионов увеличилась в 1,5 раза [Глазьев 2019], то есть реально Омск покидает большее число жителей, чем фиксирует миграционная статистика.

Миграция – нормальная составляющая процесса урбанизации. Она имеет чёткое направление: сельские жители переезжают в города, жители малых городов – в региональные центры, жители крупных провинциальных городов – в столицы. Миграционная ситуация в Омске достаточно типичная, далеко не самая худшая по стране, но в структуре омской городской идентичности отчётливо артикулирована антиномия двух крайних жизненных стратегий, предельно выраженных следующим образом: либо покинуть Омск,

либо остаться вопреки всему и добиться успеха здесь. Второй вариант – остаться и реализовать свой потенциал – воспринимается как более сложный.

Анализ визуально-семиотических аспектов городской идентичности позволяет предположить, что подавление какого-либо аспекта приводит к формированию негативной городской идентичности: происходит эмоциональное отчуждение человека от его города, преобладает негативный фон городских переживаний, город перестаёт быть для человека ценностью. В ряде случаев можно определить причины формирования этих тенденций. В Омске можно уверенно выделить два момента, повлиявших на преобладание негативной городской идентичности в общественном сознании. Во-первых, символическая практика глобального преувеличения в официальной риторике, уверенно закрепившаяся в начале двухтысячных годов и до сих пор существующая по инерции, а также отсутствие возможности донести до широкой аудитории альтернативные мнения по поводу важных событий городской жизни привели к формированию протестных абсурдистских представлений о городе в среде креативной молодежи: «Омск – город качественно абсурда». В этой же среде выработались идеологические обоснования миграционных установок горожан, сформировался практический компонент городской идентичности: «Не пытайтесь покинуть Омск». Во-вторых, ни один из масштабных проектов к 300-летию Омска не был реализован, при этом их ценностно-символический потенциал был использован по максимуму: когда стало понятно, что Мост Тысячелетия – это единственный действующий объект омского метрополитена, а также что уроки из этой истории, не просто происходившей на глазах горожан, а прожитой ими, извлечены не будут, разочарование и эффект обманутого ожидания в полной мере реализовались в миграционных установках горожан, то есть в практическом компоненте их городской идентичности.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Аванесов 2016 – *Аванесов С. С.* Визуальная семиотика города: перспективы исследования городских текстов // ПРАЭНМА. Проблемы визуальной семиотики. 2016. № 4 (10). С. 9–22.
- Глазьев 2019 – *Глазьев К.* Омичи, работающие за границей области, перечислили другим регионам 7,1 млрд рублей НДФЛ // Коммерческие вести. 24.07.2019. № 27 (1402).

- Горнова 2018 – *Горнова Г. В.* Структура городской идентичности // Вестник Омского государственного педагогического университета. Гуманитарные исследования. 2018. № 3 (20). С. 14–16.
- Гревс 1921 – *Гревс И. М.* Монументальный город и исторические экскурсии: основная идея образовательных путешествий по крупным центрам культуры // Экскурсионное дело. 1921. № 1. С. 21–34.
- Гутнер 2009 – *Гутнер Г. Б.* Семиотика // Энциклопедия эпистемологии и философии науки / под общ. ред. И. Т. Касавина. Москва, 2009. С. 853–855.
- Джекобс 2011 – *Джекобс Д.* Смерть и жизнь больших американских городов / Пер. с англ. Л. Мотылёва под ред. А. Курилкина. Москва, 2011.
- Козубович 2019 – *Козубович С. К.* Сегодня строительный комплекс Омской области загружен в среднем только на половину // Коммерческие вести. 31.07.2019. № 28 (1403).
- Линч 1982 – *Линч К.* Образ города / Пер. с англ. В. Л. Глазычева под ред. А. В. Иконникова. Москва, 1982.
- Лихачёв 1991 – *Лихачёв Д. С.* Образ города // Лихачёв Д. С. Книга беспокойств. Воспоминания, статьи, беседы. Москва, 1991. С. 391–414.
- Новый Омск 2015 – Метромост (энциклопедическая справка) // Новый Омск. 18 октября 2015. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://newsomsk.ru/news/32927-metromost/> (дата обращения 01.06.019).
- Максименко 2011 – *Максименко Л. А.* Космология в культуре: философско-антропологическое осмысление. Автореферат дис. на соискание уч. степ. д-ра филос. наук. Омск, 2011.
- Самохина 2017 – *Самохина Г. И.* 73-й меридиан начинается в Омске // Национальные приоритеты России. 2017. № 1 (23). С. 61–67.
- Свешников 2016 – *Свешников А. В.* Иван Михайлович Гревс и петербургская школа медиевистов начала XX в. Судьба научного сообщества. Москва, Санкт-Петербург, 2016.

Материал поступил в редакцию 22.12.2018