

Урбанистика

Правильная ссылка на статью:

Мухамеджанова Н.М. — Образ города Оренбурга в контексте психогеографии // Урбанистика. – 2023. – № 1.
DOI: 10.7256/2310-8673.2023.1.39666 EDN: JYYDWQ URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=39666

Образ города Оренбурга в контексте психогеографии

Мухамеджанова Нурия Мансуровна

ORCID: 0000-0002-6847-2173

доктор культурологии

профессор, кафедра философии, культурологии и социологии, Оренбургский государственный университет

460018, Россия, Оренбургская область, г. Оренбург, ул. Проспект Победы, 18, оф. 20806

✉ nuriyam@yandex.ru



[Статья из рубрики "География города"](#)

DOI:

10.7256/2310-8673.2023.1.39666

EDN:

JYYDWQ

Дата направления статьи в редакцию:

25-01-2023

Аннотация: Актуальность темы работы определяется тем, что восприятие горожанами своего города является основой их повседневного поведения и всей жизнедеятельности. А значит, сложившийся в сознании жителей образ города является одним из важных факторов его социокультурного развития. Целью работы является выявление особенностей восприятия города и определение значения образа города для его социокультурного развития. Основным предметом исследования – образ города Оренбурга, рассмотренный с позиции психогеографии. Теоретической основой работы стали работы западных и отечественных авторов, исследующих разные аспекты проблемы восприятия города: К. Линча, В. Л. Глазычева, П. Голдербергера, С. У. Голдхаген, А. Э. Гутнова, С. В. Пирогова, Г. И. Ревзина, Р. Сеннета, К. Элларда и др. Работа носит междисциплинарный характер, что требует совмещения феноменологического и психогеографического подходов, направленных на изучение восприятия города его жителями. Автор доказывает, что образ города Оренбурга многолик и динамичен. В дореволюционной истории Оренбург – это форпост России, «врата в Азию», место ссылки политически неблагонадежных граждан; в советский период – столица Казахстана, город трудовой славы. Сегодня Оренбург предстает в сознании его жителей как уютный и спокойный провинциальный город с богатым историческим прошлым и уникальной культурой. Однако сквозь неухоженность и

заброшенность окраинных районов в нем проступает глобальная форма города, делающая один город не отличимым от другого. Ощущение уникальной атмосферы города, сосредоточенной в его историческом центре, стремительно исчезает под натиском модернизации, автомобилизации, современного градостроительства. Такая «полифония» городских пространств ставит на повестку дня вопрос о сохранении исторического облика и самобытности города. Сделать город объектом любви и гордости – сегодня главная задача власти и жителей города, от решения которой зависит его будущее.

Ключевые слова:

город, феноменологический подход, восприятие города, образ города, психогеография, места любви, места страсти, места тревоги, места благоговения, места скуки

Введение

Урбанистика – одна из наиболее активно развивающихся областей современного научного знания, что вполне объяснимо, ведь, как отмечал еще Льюис Вирт, представитель Чикагской школы урбанистики, «постоянные проблемы современного общества обретают свою наиболее острую форму в городе. Проблемы современной цивилизации – это типично городские проблемы» [\[1, с. 21\]](#). Данным обстоятельством обусловлена многоаспектность урбанистики, характеризующейся разнообразием методологических подходов, теорий, концепций осмысления города и городской среды.

На наш взгляд, одними из самых интересных и перспективных подходов в современной урбанистике являются феноменологический и психологический подходы к изучению города, направленные на исследование восприятия города его жителями. Развитие данного направления в европейской науке в 50-60-е годы XX века было связано, прежде всего, с исследованиями известного американского урбаниста и архитектора Кевина Линча, идеи которого легли в основу средового подхода к проектированию городов. К. Линч в течение ряда лет при помощи метода интервью исследовал особенности восприятия города жителями Бостона, Нью-Джерси, Лос-Анджелеса и пришел к выводу, что восприятие города у разных людей существенно различается, так как детерминировано множеством факторов, как объективных, так и субъективных. Результатом восприятия становится визуальный образ города, отраженный в ментальных картах его жителей.

Идеи тесной, неразрывной связи человека и его пространственного окружения, необходимости учета интересов и ценностей горожан в градостроительной деятельности получили свое дальнейшее продолжение и развитие в работах как западных, так и отечественных авторов: Н. П. Анциферова, Э. Гарсиа, В. Л. Глазычева, П. Голдербергера, С. У. Голдхаген, А. Э. Гутнова, Дж. Джекобс, Н. Ф. Дмитриевской, М. С. Кагана, М. Лайдона, Ю. В. Лобановой, Л. Мамфорда, С. Милгрэма, Н. А. Осминской, С. В. Пирогова, Г. И. Ревзина, Р. Сеннета, Д. Суджича, Н. А. Хренова, К. Элларда и многих других.

В работах современных урбанистов исследуются феноменологические и психологические особенности восприятия городской среды, отношение к городу в истории гуманитарной мысли, сущность образа города и его социокультурные функции, общие условия и факторы формирования образа города, значение восприятия города для его

социокультурного развития, а также влияние различных физических объектов городской среды на самочувствие и ощущения горожан, на их жизнь, эмоции, здоровье. Взгляд на город через призму человеческих потребностей и ценностей открывает новые возможности для исследования такого сложного феномена, как город, а также для изменения самой градостроительной практики в сторону ее гуманизации.

Образ города как результат восприятия городской среды

В широком философском смысле «образ является активным отражением окружающего мира в сознании человека» [\[2, с. 41\]](#). Его содержание, структура и форма носят избирательный характер, что выражается в его зависимости от актуальных потребностей и задач человека. К особенностям образа также относятся его динамичность, мобильность, вариабельность, многоструктурность, синтетичность. Образ объективен по своему источнику – отражаемому объекту и субъективен по способу (форме) своего существования. Образ – диалектическое единство объективного и субъективного, чувственного и логического; прошлого, настоящего и будущего. Образ имеет социокультурную природу, так как в нем запечатлеваются ценностно-смысловые особенности явлений действительности.

В урбанистике образ города – это единство материального, социального и символического содержания города, его ментальная картина, производная как от объективных параметров среды, так и от субъективных особенностей личности горожанина. В силу этого образ города предельно индивидуализирован, у каждого жителя формируется свой собственный взгляд на город, «свой город», который зависит от его личного опыта, событий индивидуальной биографии, социальных связей и профессии, политических убеждений и коллективной памяти, а также от того, что известно ему о городе из художественной и исторической литературы, СМИ, повседневных разговоров с другими людьми.

Кроме того, горожанин редко имеет возможность «прочитать этот город в оригинале» [\[3, с. 177\]](#), он всегда связан с конкретным локусом городской среды, обладающим определенным своеобразием и накладывающим серьезный отпечаток на восприятие города в целом. Эти локусы, которые являются результатом наслоения множества факторов (архитектура места, его история, социальный состав населения, уровень жизни, благоустройство и т.п.), оказывают на восприятие города либо позитивное, либо раздражающее воздействие, унижающее человеческое достоинство. Поэтому образ города оказывает активно-детерминирующее воздействие на поведение его жителя: позитивный образ города вызывает у него чувство гордости за свою «малую родину», стремление содействовать ее процветанию, а значит способствует закреплению жителей в городе, в конечном счете определяя возможности его развития. И наоборот, негативные формы восприятия города порождают раздражённость и разочарованность жителей, чувство неудовлетворенности и беспокойства, акты вандализма по отношению к городу. Значение восприятия выявляется в следующих функциях образа города: коммуникативной, мировоззренческой, социализации и личностной самореализации, прагматической, магической.

Различные образы города свойственны не только жителям самого города, но и различным наукам, поскольку представители различных отраслей научного знания выделяют в городе как предмете исследования свои проблемы и аспекты изучения. Так, в социологии сложились наиболее типичные образы города, отражающие его базовые характеристики как особого поселения людей: город-базар, город-джунгли, город-

организм, город-машина. В последние десятилетия благодаря таким качествам городского пространства, как открытость, быстрая органическая эволюция, способность саморазвития, самоуправления и самосовершенствования и пр., в научном дискурсе все чаще появляется аналогия города с интернетом [4, с. 126]. Город – это интернет, физически ощутимый гипертекст, «место встречи» множества субъектов городского пространства и социокультурных практик.

Различны и образы города, отраженные в сознании его жителей, с одной стороны, и образы города, свойственные профессиональному архитектору, с другой. Если в первом случае – это «некоторая сумятица зрительных, слуховых, обонятельных и даже осязательных впечатлений» [5, с. 285], то во втором – «это картина существования целостного организма во времени и пространстве» [5, с. 285], в которой доминирует творческая воля архитектора, преобразующего существующее состояние города в его будущее состояние. Зачастую это своеобразные города мечты, *dream cities*, отражающие представления архитекторов о том, каким должен быть хороший город: «идеальный город» Возрождения, «романтический город» Б. Гудхью, «город-сад» Э. Говарда, «лучезарный город» Л. Корбюзье, «город широких горизонтов» Ф. А. Райта и др. [6]. Именно такие образы города, с одной стороны, повлияли на мир архитектуры, став основой современного градостроительства, но, с другой – стали источником серьезных конфликтов между градостроителями и рядовыми гражданами города, как скрытых (в данном случае уместно вспомнить реконструкцию Парижа, предпринятую бароном Османом во 2-ой половине XIX века [7]), так и явных конфликтов, отраженных, в частности, в известной книге Дж. Джекобс «Смерть и жизнь больших американских городов» [8, 9] и положивших начало движению «нового урбанизма» в европейской культуре. Суть этого конфликта может быть выражена следующим образом: город – это не произведение искусства, он не может быть плодом реализации замысла даже самого талантливого архитектора-новатора. Город – это постоянный диалог, поле непрерывной коммуникации всех субъектов городского пространства: жителей, чиновников, архитекторов, градостроителей и даже гостей города.

Город – достаточно стабильная и в то же время постоянно изменяющаяся структура, в которой нет и не может быть окончательного результата, это «непрерывная последовательность состояний» [10, с. 15], бесконечный поток изменений, влияющих на его восприятие горожанами. В силу этого образ города также постоянно меняется в диапазоне от восторга и восхищения до раздражения и неприятия. Любопытный пример трансформации образа одного из значимых объектов Нью-Йорка – Всемирного торгового центра, созданного по проекту знаменитого архитектора Минору Ямасаки, дает П. Голдбергер в книге «Зачем нужна архитектура». Автор выделяет три стадии в восприятии этого объекта:

- 1) «Отвращение» – отвращение к такой огромной, заурядной, невероятно наглой и оскорбительной «штуковине», построенной «в самом сердце Манхэттена» [11, с. 174];
- 2) «Ворчливое приятие», связанное, во-первых, с признанием того, что человек может привыкнуть к любой архитектуре, и в этом случае такая привычка даже полезна, поскольку, в отличие от других произведений искусства, с архитектурными объектами приходится сталкиваться каждый день; во-вторых, с постепенным осознанием определенной ценности данного объекта как минималистической архитектуры;
- 3) после 11 сентября 2001 года башни Всемирного торгового центра стали для автора и

всех жителей города «первыми небоскребами-мучениками..., недостижимыми для какой-либо нормальной архитектурной критики. В конце концов, мучеников не принято критиковать» [\[11, с. 176-177\]](#).

Таким образом, любое здание существует в определенном социокультурном контексте, наделяющем его специфическими смыслами и значениями. Но этот контекст не остается неизменным, его динамика способна изменить восприятие здания, придав ему новые смыслы и значения.

На восприятие города оказывают влияние и современные технологические изменения городской среды [\[12\]](#). Высокий уровень автомобилизации не только меняет всю городскую среду, делая ее некомфортной для пешехода, но и изменяет восприятие города, когда «единственным смыслом пространства стало ...передвижение само по себе: теперь мы измеряем пространство степенью легкости, с которой мы можем проехать его насквозь, выбраться за его пределы. ...Городское пространство само по себе становится менее стимулирующим: водителю хочется проехать сквозь пространство, а не быть им возбужденным» [\[13, с. 16\]](#). Таким образом, автомобилизация действует так же, как и СМИ: город воспринимается не как последовательность пространств или текст, а «как последовательность смонтированных кадров»; а структура монтажа – «как естественный формат существования реальности» [\[4, с. 175\]](#). Поэтому такой образ города можно назвать «клиповым городом».

Учитывая значимость проблемы образа города для его функционирования и развития, коллектив кафедры философии и культурологии Оренбургского государственного университета в 2017 году провел исследование особенностей восприятия г. Оренбурга его жителями. Респондентами эмпирического исследования стали студенты 2-3 курсов нескольких факультетов университета – в общей сложности 240 человек. В ходе исследования были выявлены как позитивные, так и негативные аспекты образа города. Если положительный образ города отражает такие события и факты, вызывающие особую гордость оренбуржцев, как Пугачевское восстание, посещение города А. С. Пушкиным, учеба в Оренбургском летном училище первого космонавта Земли Ю. А. Гагарина, освоение целинных земель, пограничное положение Оренбурга между Европой и Азией, оренбургский пуховый платок, этнокультурное разнообразие города и др., то негативные аспекты образа города связаны с явлениями и фактами городской жизни, являющимися общими для многих российских городов (состояние дорог и городского транспорта; плохая экология; состояние старинных зданий; визуальный мусор в виде назойливой, примитивной рекламы; ограниченность возможностей для трудоустройства молодежи и др.). Результаты данного исследования были отражены в научных статьях членов творческого коллектива [\[14\]](#).

Однако в последние годы среди тех, кто занимается проблемами урбанистики, особую популярность приобрели работы, направленные на исследование влияния городской среды на психоэмоциональное состояние жителей. Городские ландшафты рассматриваются с точки зрения психогеографии [\[15\]](#), когнитивной нейронауки, психологии [\[16\]](#), изучающих самочувствие и ощущения современного горожанина. Так, известный психолог и специалист по психогеографии К. Эллард в своей книге «Среда обитания: Как архитектура влияет на наше поведение и самочувствие» [\[15\]](#) предлагает оригинальное структурирование городского пространства на основании эмоций, которые вызывает у горожанина та или иная часть родного города. Данный подход представляется нам интересным, так как дает возможность дополнить исследование 2017

года и по-новому взглянуть на пространство нашего города, на отношение горожан к местам их повседневной жизни, а значит понять, что может сделать наш город лучше, притягательнее, красивее. На основе материала книги К. Элларда была разработана анкета, в которой респондентам предлагалось назвать свои примеры на каждый из типов городского пространства: «места любви», «места страсти», «места скуки», «места тревоги» и «места благоговения».

Анализ результатов анкетирования показал, что «местами любви», вызывающими чувства любви и гордости, привязанности и защиты, поддержки и безопасности, для большинства респондентов являются, конечно же, их родной дом и родной район, а также исторический центр Оренбурга – улица Советская с прилегающей к ней территорией. В сознании человека, как жителя города, так и его гостя, город представлен прежде всего через образ его центра. Именно он в первую очередь определяет восприятие города в целом: «это место рефлексии города, его самоосознания, предъявления ценностей, которыми он живет» [17, с. 111]. Исторический центр Оренбурга – это гордость оренбуржцев: здесь сосредоточено все то, что составляет «лицо города», его неповторимый облик: уникальность планировки, красота исторической застройки, многочисленные памятники, старинные здания музеев, театров, библиотек.



Рис. 1. Гостиный двор. URL: <https://yandex.ru/images/search?pos=> Рис. 2. Музей истории города. URL: <https://yandex.ru/images/search?pos=>

К данной категории любимых мест респонденты также отнесли парки и скверы города, набережную реки Урал, Зауральную рощу, что подтверждает выводы К. Элларда о значимости природных объектов для психоэмоционального самочувствия горожанина. По мнению автора, тяга к природным ландшафтам заложена в человеке генетически: «несмотря на то что среднестатистический горожанин не ориентируется в природной среде, не владеет ее грамматикой и лексикой, в нас по-прежнему живут отголоски некой глубинной, первородной связи с условиями, сформировавшими наш вид» [15, с. 33]. Для такого города, как Оренбург, расположенного в степной зоне с резко-континентальным климатом, этот фактор оказывается особенно значимым [18]. Однако таких мест в городе оказывается не так уж много, да и те находятся не в самом лучшем состоянии.



Рис. 3. Спуск к реке Урал. URL: <https://yandex.ru/images/search?pos=>
 Рис. 4. Мост через Урал и набережная реки. URL: <https://yandex.ru/images/search?pos=>

«Места страсти», связанные с острыми ощущениями, сильным возбуждением, эйфорией, азартом, для большинства молодых оренбуржцев – это стадионы, парки аттракционов, ночные клубы, торговые центры, библиотеки и книжный магазин «Читай-город», что также представляет вполне ожидаемый результат: это по преимуществу объекты активно развивающейся индустрии досуга, имеющей глобальный характер и рассчитанной на потребление молодежью – основной массой «покупателей впечатлений» [4, с. 61; 19]. Вместе с тем, здесь наиболее ярко проявляются субъективные предпочтения респондентов, их индивидуальные способы развлечения и проведения досуга.

«Места тревоги», вызывающие чувства тревоги, страха, опасности, риска, – по преимуществу такие районы города, как Шанхай, Маяк, Карачи, Южный, – это периферия города, неблагополучные, наименее благоустроенные районы, слобода, то есть что-то промежуточное между городом и деревней [20]. А промежуточное означает «маргинальное» со всеми оттенками смыслов, которые несет в себе данное понятие: «Здесь ощущается отчасти хулиганский привкус жизни» [17, с. 110]. Вполне объяснимое чувство тревоги и опасности вызывают у жителей города гаражные и лесные массивы между районами, ночной город, разбитые подземные переходы и дороги [21], что свидетельствует прежде всего о проблемах благоустройства городской среды.



Рис. 5, 6. Оренбургская «слобода».
 URL: <https://varlamov.ru/1795715.html>

Вполне ожидаемым результатом стали примеры, отнесенные респондентами к «местам благоговения», вызывающим чувства глубочайшего почтения, ощущение величия, трансцендентности, – это прежде всего православные храмы и мечети г. Оренбурга, католический костел, театры и музеи города, Дом памяти, Вечный огонь и парк «Салют, Победа!» [22, 23, 24].

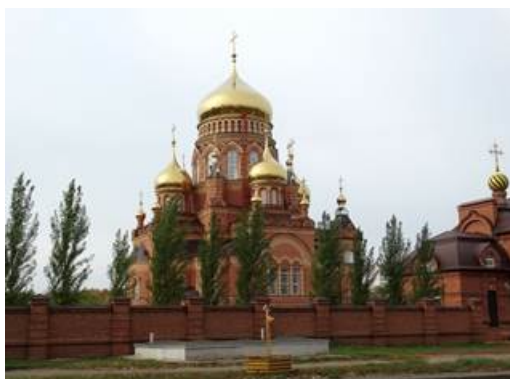


Рис. 7. Храм Казанской Божьей матери. Рис. 8. Караван-сарай. URL :

https://yandex.ru/images/search?pos= URL: https://yandex.ru/images/search?pos=

pos=

Большинство этих объектов относится к объектам культурного наследия города, особо значимым для сохранения и развития культуры Оренбуржья как полиэтнического и поликонфессионального региона, а также к памятникам, связанным с важнейшими историческими событиями страны и региона, которые символически определяют образ города, его идентичность. Это «эмоциональные доминанты в жизни города и одновременно материальные вехи его истории» [3, с. 62].



Рис. 9. Дом памяти.

URL: https://yandex.ru/images/search?pos=



Рис. 10. Парк-музей «Салют, Победа!»

URL: https://yandex.ru/images/search?pos=

В количественном отношении наиболее упоминаемыми «местами скуки», вызывающими нетерпение, раздражение от однообразия, скуку, стали такие объекты городского ландшафта, как Промышленный район, Мертвый город [25], новые жилые комплексы с массивами высотных домов. Архитектура подобных спальных районов сегодня является одним из главных объектов критики современных архитекторов, градостроителей, ученых-урбанистов и рядовых жителей. Символами этой архитектуры стали дома-коробки, дома-этажерки, в которых наиболее ярко выразился конфликт между экономическими и эстетическими принципами организации городской среды. Бесконечные, невыразительные фасады, однотипные здания, монотонные ландшафты не дают человеку впечатлений. Поэтому одним из тяжелых недугов современного горожанина, по мнению ученых, является сенсорное голодание (сенсорная депривация) – острое голодание по многообразию впечатлений, вызванное отсутствием когнитивной стимуляции мышления человека [5, с. 343; 26]. «Город наполняется смыслом благодаря временным слоям, образованным его зданиями. Есть что-то отталкивающее в месте, где вокруг только новостройки. На мгновение оно может привести нас в восторг, но очень быстро отсутствие истории дает о себе знать» [11, с. 192-193]. Обаяние новизны быстро блекнет, так как является очень поверхностным, и уступает место скуке [27, 28].



Рис. 11. Мертвый город в 1990-е годы. URL: <https://yandex.ru/images/search?pos=>
 Рис. 12. Мертвый город сегодня. URL: <https://yandex.ru/images/search?pos=>

Несколько неожиданным в данном контексте стало упоминание культурного комплекса «Национальная деревня» – этнографического музея под открытым небом, представляющего культуру всех народов многонационального Оренбуржья. Поскольку анкетирование не предполагало обоснование выбора респондентов, для объяснения данного результата мы обратились к отзывам посетителей данного объекта, оставленным на интернет-сайтах: yandex.ru, otzovik.com, autotravel.ru и др. Резюмируя отзывы жителей Оренбурга на культурный комплекс, который создавался как музей, представляющий традиционную культуру народов Оренбуржья, мы можем сделать некоторые выводы. Данный комплекс, по мнению жителей, нельзя назвать национально-культурным, так как в последние годы все постройки на его территории функционируют как рестораны и кафе с национальной (и не только) кухней. Часть подворьев не работает, часть – выставлена на продажу. Общее состояние культурного комплекса, 10 лет назад бывшего предметом восхищения и гордости горожан, сегодня характеризуется ими как «разруха». Интересная идея, к сожалению, превратилась в очередной фудкорт, в потемкинскую деревню.



Рис. 13. Национальная деревня. URL: <https://yandex.ru/images/search?pos=>
 Рис. 14. Русское подворье. URL: <https://yandex.ru/images/search?pos=>

Сотрудниками комплекса данные проблемы объясняются недостаточным финансированием работы комплекса, которое осуществляется в основном теми же ресторанами и кафе, отсутствием клиентской базы, низкой технической оснащенностью, высоким уровнем конкуренции на территории, сезонностью работы и др. Таким образом, анализ этих материалов показывает, что в организации деятельности комплекса имеются серьезные проблемы, которые требуют незамедлительных решений по его финансовой и организационной поддержке.

Заключение

Таким образом, подводя итог небольшому исследованию образа города Оренбурга, выполненному с позиций психогеографии, мы можем сделать некоторые выводы, вполне

коррелирующие с результатами исследования 2017 года. Восприятие города его жителями менялось в зависимости от конкретных исторических обстоятельств. В дореволюционной истории Оренбург – это форпост России, «врата в Азию», место ссылки политически неблагонадежных граждан; в советский период – столица Казахстана, город трудовой славы, степная столица. Сегодня Оренбург предстает в сознании его жителей как уютный и спокойный провинциальный город с богатым историческим прошлым и уникальной культурой. Однако сквозь неухоженность и заброшенность окраинных районов в нем проступает глобальная форма города с ее безликими высотными зданиями, шумными автострадами и торговыми комплексами, делающими один город не отличимым от другого. Ощущение уникальной атмосферы города, «дух города», сосредоточенный в его историческом центре, стремительно исчезает под натиском модернизации, автомобилизации, современного градостроительства. Такая «полифония» городских пространств ставит на повестку дня вопрос о сохранении исторического облика и самобытности города. Сделать город объектом любви и гордости – сегодня главная задача власти и жителей города, от решения которой зависит его будущее.

Библиография

1. Вирт Л. Городское общество и цивилизация // Личность. Культура. Общество. 2006. Вып. 2 (30). С. 21-32.
2. Теория познания. Социально-культурная природа познания: в 4 т. Т. 2. / Под ред. В. А. Лекторского, Т. И. Ойзермана. М.: Мысль. 1991. 478 с.
3. Суджич Д. Язык городов. М.: Strelka Press. 2020. 218 с.
4. Ревзин Г. Как устроен город будущего. М.: Strelka Press. 2022. 216 с.
5. Гутнов А. Э., Глазычев В. Л. Мир архитектуры: Лицо города. М.: Молодая гвардия. 1990. 350 с.
6. Graham W. Dream cities. Seven Urban Ideas That Shape the World. New York: HarperCollins Publishers. 2016. 336 p.
7. Kirkland St. Paris Reborn: Napoléon III, Baron Haussmann, and the Quest to Build a Modern City. New York: St. Maryin's Press, 2013. 336 p.
8. Jacobs J. The Death and Life of Great Americans Cities. New York: Random House. 1961. 474 p.
9. Garo R. The Power Broker: Robert Moses and the Fall of New York. New York: Knopf. 1974. 1246 p.
10. Линч К. Образ города / Пер. с англ. В. Л. Глазычева; Сост. А. В. Иконников; Под ред. А. В. Иконикова. М.: Стройиздат. 1982. 328 с.
11. Голдбергер П. Зачем нужна архитектура. М.: Strelka Press. 2017. 364 с.
12. Kahn P. Technological Nature: Adaptation and the future of Human Life. Cambridge: MIT Press. 2011. 240 p.
13. Сеннет Р. Плоть и камень: Тело и город в западной цивилизации. М.: Strelka Press. 2016. 504 с.
14. Мухамеджанова Н. М. Образ города Оренбурга в восприятии его жителей // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всерос. науч.-метод. конф. Оренбург: ОГУ. 2018. С. 1637-1644.
15. Эллард К. Среда обитания: Как архитектура влияет на наше поведение и самочувствие. 3-е изд. М.: Альпина Паблишер. 2019. 288 с.
16. Goldhagen S. W. Welcome to your world: How the built environment shapes our lives. New York, NY: HarperCollins Publishers. 2017. 384 p.

17. Ревзин Г. Как устроен город: 36 эссе по философии урбанистики. М.: Strelka Press. 2019. 270 с.
18. Kaplan R., Kaplan S. The Experience of Nature: A Psychological Perspective // Cambridge, UK: Cambridge University Press. 1989. 360 p.
19. Silvera D., Lavack A., Knopp F. Impulse Buying: The Role of Affect, Social influence, and Subjective Wellbeing // Journal of Consumer Marketing. 2008. Vol. 25, Pp. 23-33.
20. Глазычев В. Л. Город России на пороге урбанизации. URL: http://www.glazychhev.ru/habitations&cities/1995_gorod_Rossii_na_poroge_urban.htm (дата обращения: 17.01.2023).
21. Abbott A. (2012). Stress and the City: Urban Decay // Nature. 2012. V. 490. Pp. 162-164.
22. Joye Y., Verpooten J. An Exploration of Functions Religious Monumental Architecture from a Darwinian Perspective // Review of General Psychology. 2013. Vol. 17. Pp. 53-68.
23. Valdesolo P., Graham J. Awe, Uncertainty, and Agency Detection // Psychological Science. 2014. Vol. 25, Pp. 170-178.
24. Greenberg J., Porteus J., Simon L., Pyszczynski T., Solomon S. Evidence of a Terror Management Function of Cultural Icons: The Effects of Mortality Salience on the Inappropriate Use of Cherished Cultural Symbols // Personality and Social Psychology. 1995. Vol. 21, Pp. 1221-1228.
25. Мухамеджанова Н. М. «Социальная ткань» города в зеркале его архитектуры // Урбанистика. 2021. №4. URL: https://e-notabene.ru/urb/article_39666.html (дата обращения: 25.01.2023).
26. Berlyne D. E. Conflict, Arousal and Curiosity. New York, McGraw-hill. 1960.
27. Gehl J., Kaefer J., Reigstad S. Close encounters with buildings // Urban design International. 2006. Vol. 11. Pp. 29-47.
28. Britton A., Shipley M. Bored to Death? // International Journal of Epidemiology. 2010. Vol. 39. Pp. 370-371.

Результаты процедуры рецензирования статьи

В связи с политикой двойного слепого рецензирования личность рецензента не раскрывается.

Со списком рецензентов издательства можно ознакомиться [здесь](#).

Предмет исследования, образ города Оренбурга, в аспекте психогеографии мест (описания восприятия человеком отдельных локаций городского пространства) раскрыт автором в достаточной степени. Автор подробно остановился на основаниях выбора им инструментального синтеза феноменологического и психологического подходов к изучению города, пояснил свое понимание феномена восприятия городского пространства, символическую и психологическую специфику формирования образа города. Автор четко сформулировал определение образа города как социокультурного феномена, исследования которого развиваются в отдельном направлении урбанистики («это единство материального, социального и символического содержания города, его ментальная картина, производная как от объективных параметров среды, так и от субъективных особенностей личности горожанина»). Значение восприятия людьми городского пространства, по мнению автора, выявляется в практиках реализации социальных функций образа города («коммуникативной, мировоззренческой, социализации и личностной самореализации, прагматической, магической»). Вполне

обосновано автор утверждает, что «образ города оказывает активно-детерминирующее воздействие на поведение его жителя: позитивный образ города ... способствует закреплению жителей в городе, ... определяя возможности его развития», а негативный порождает «раздражённость и разочарованность жителей, чувство неудовлетворенности и беспокойства, акты вандализма по отношению к городу».

Краткий обзор научной литературы, посвященной восприятию образа города, позволил автору выявить многообразие теоретических метафор городского пространства, емко отражающих детерминацию восприятия образа города трансформациями социокультурной реальности: «идеальный город», «город-сад», «лучезарный город», «город широких горизонтов», «город-диалог», «город-интернет», «клиповый город».

Переход к анализу эмпирических данных, полученных путем опроса горожан Оренбурга, сопровождается экскурсом в историческую эволюцию восприятия статуса Оренбурга в российской и советской культуре. Эмпирическая часть исследования строится на типологии восприятия горожанами отдельных мест города К. Элларда: «места любви», «места страсти», «места скуки», «места тревоги» и «места благоговения». Результаты опроса горожан сопровождаются фотоиллюстрациями идентифицированных реципиентами мест. Благодаря чему, вывод автора («полифония» городских пространств ставит на повестку дня вопрос о сохранении исторического облика и самобытности города) логично вытекает из изложенных результатов исследования.

Таким образом, предмет исследования, образ города Оренбурга, автором изучен «через призму человеческих потребностей и ценностей», что стимулирует изменения «градостроительной практики в сторону ее гуманизации». Цель исследования достигнута.

Методология исследования имеет сильные и слабые стороны. К сильной стороне относится комплекс выбранных методик (элементы историко-библиографического и семантического методов, структура социально-психологического анкетирования и феноменологической интерпретации полученных данных). Логика решения исследовательских задач при помощи авторизованных методик не вызывает сомнений в релевантности полученных результатов.

Тем не менее, приходится констатировать и слабую (уязвимую) сторону, которая свойственна отечественной гуманитарной науке в целом в силу слабой информационно-технической оснащенности исследовательского инструментария. В работе нет ссылок на базы первичных эмпирических данных, что ставит под сомнение обоснованность их интерпретации. В данном конкретном случае, автор подкрепляет свои выводы исключительно теоретически, преодолевая сомнения в достоверности эмпирики. Хотя набор первичных данных мог бы представлять собой уникальную базу, которая в российском правовом пространстве может быть обеспечена научно-технической экспертизой и государственной защитой результатов интеллектуальной деятельности (патентом). Научную ценность статьи эта уязвимость не умаляет. Но хотелось бы рекомендовать автору в дальнейшей работе не избегать существующих юридических механизмов фиксирования и защиты результатов интеллектуальной деятельности государством. Такой прием значительно бы усилил авторитетность исследования и позволил бы усилить и итоговые выводы.

Актуальность исследования не подлежит сомнению. Проблема дегуманизации современной культуры, наблюдаемая на примере градостроительных и «градоохранительных» практик, наиболее ярко высвечивает парадокс обезчеловечивания человеком собственной среды обитания. Поддерживая позицию автора, рецензент отмечает, что доминирующая тенденция дегуманизации нуждается в консолидации усилий практиков и теоретиков для её перелома. Прделанная автором работа вселяет надежду, что накапливаемый положительный опыт в конечном итоге

развернет тупиковый путь в противоположную сторону.

Научная новизна состоит в интерпретации автором уникального эмпирического материала в контексте современных теоретических представлений с применением эффективных передовых методик.

Стиль выдержан научный. Структура работы соответствует логике изложения результатов научного исследования. В содержании текста есть незначительные помарки (в «...мечты, dream cities , отражающие...» лишний пробел; в п. 23 «Vol. 25, Pp. 170-178» и в п. 26 «New York, McGraw-hill. 1960» Библиографии пунктуационные описки), который могут быть исправлены редактором без ущерба авторской мысли.

Библиография в полной мере отражает проблемную область исследования, оформлена в соответствии требований редакции и ГОСТа, за исключением обнаруженных помарок (в п. 23 «Vol. 25, Pp. 170-178» и в п. 26 «New York, McGraw-hill. 1960» Библиографии пунктуационные описки).

Апелляция к оппонентам корректна и вполне достаточна.

Статья, безусловно, вызовет интерес у читательской аудитории журнала «Урбанистика».

Статья, без сомнений, достойна публикации.