

## **Городская идентичность в (пост)современном городе (пример Харькова и Львова)<sup>1</sup>**

### *Аннотация*

*В статье освещаются результаты эмпирического исследования городской идентичности, проведенного автором в Харькове и Львове. Теоретической основой исследования послужили идеи М.Кастельса, З.Баумана и др. о том, что в условиях (пост)современного общества группы, в разной степени включенные в глобальную постиндустриальную экономику, по-разному интерпретируют город и свою связь с ним, то есть имеют содержательно разную городскую идентичность. Гипотеза о различиях в способах интерпретации связи с городом между двумя группами в целом подтвердилась: представители разных групп по-разному определяют, что означает “быть горожанином”, “быть настоящим жителем своего города”, каким образом возможно участвовать в решении городских проблем и т.д. Обнаружены различия, связанные со спецификой разных городов (Харьков — Львов). Подтверждение гипотезы является аргументом в пользу необходимости рассмотрения городской идентичности в контексте “воображенного сообщества”. В этом случае город предстает не как “городское сообщество”, “местная община”, а как совокупность сообществ, которые считают город “своим” и отстаивают свое “право на город”, ссылаясь на собственную картину мира, зависящую от их социального, культурного, экономического положения.*

**Ключевые слова:** город, городская идентичность, постсовременное общество, креативный класс

---

<sup>1</sup> Статья подготовлена по результатам исследования “Городская идентичность в (пост)современном украинском городе (пример Харькова и Львова)”, проведенного автором при поддержке фондов Канадского института украинских исследований Альбертского университета, Эдмонтон, Канада (Мемориального фонда им. Николая Клида) в 2013–2014 годах, основной метод — фокус-групповые интервью, всего опрошено 49 человек в Харькове и Львове.

В условиях, когда общественные изменения проблематизируют определенность и самоопределенность человека, группы, общества, городская идентичность — ощущение и интерпретация связи с городом — становится одной из распространенных форм самосознания. Однако как теоретических, так и практических исследований по данной теме очень мало, поэтому актуально восполнение этого пробела. Целью статьи является освещение результатов эмпирического исследования, которое базировалось на идее о том, что в (пост)современном обществе группы, в разной степени включенные в глобальную постиндустриальную экономику, по-разному интерпретируют город и свою связь с ним, то есть имеют содержательно различную городскую идентичность. Для исследования было выбрано два города для сравнения — Харьков и Львов. Оба — крупные<sup>1</sup>, со значительной долей “креативного класса”, однако Львов обычно интерпретируется как “исторический” город, тогда как Харьков имеет образ “промышленного” города, что должно сказываться на интерпретациях городской идентичности<sup>2</sup>.

### ***Городская идентичность в (пост)современном городе: теоретические предпосылки исследования***

Со второй половины XX века для многих исследователей становится все более очевидным тот факт, что общество приобретает черты, заметно отличающие его от общества “модерного”, описанного в классических социологических концепциях. Это вызывает к жизни поиски новых способов описания социального мира, подводит к переосмыслению ключевых вопросов и концептов общественных наук, в частности таких, как “идентичность”, “территория”, “город”. Современные концепции идентичности подчеркивают, что она в значительной мере становится продуктом самостоятельных усилий индивида и группы в поиске себя и своего места, а информационно-коммуникационные технологии этому способствуют [Baumeister, 1986; Giddens, 1991; Castells, 1997]. Глобализация мира в разных сферах жизни

---

<sup>1</sup> По данным Государственной службы статистики Украины, в 2013 году Харьков насчитывал свыше 1400 тыс. жителей, Львов — более 750 тыс. (<http://www.ukrstat.gov.ua/>).

<sup>2</sup> В обоих городах были проведены фокус-групповые интервью с представителями “космополитичных элит” и “локальных масс”. Для проверки и уточнения гипотезы исследования было запланировано проведения четырех фокус-групповых интервью — по два в Харькове и Львове; в каждом городе одна группа должна была состоять из представителей “космополитичной элиты”, а другая — из представителей “локальных масс” (всего  $4 \times 12 = 48$  респондентов). Однако после консультаций было решено провести одно дополнительное фокус-групповое интервью во Львове с теми, кто по профессиональным или образовательным характеристикам относится к рабочим и обслуживающим профессиям (то есть является представителем “локальных масс”), но имеет опыт работы за границей (“гастарбайтеры”), а значит, по критерию мобильности может быть отнесен к “космополитичным элитам”. В Харькове подобная практика значительно меньше распространена. Таким образом, всего было проведено: фокус-групповые интервью в Харькове — “космополитичные” (8 человек), “локальные” (10 человек), фокус-групповые интервью во Львове — “космополитичные” (10 человек), “локальные” (9 человек), “гастарбайтеры” (10 человек). Дополнительно было проведено два личных интервью с “гастарбайтерами” (всего 49 человек).

провоцирует дискуссии, в которых проявляются полярные видения — от “смерти географии” до “пространственного поворота в общественных науках” [Кононов, 2013; Трубина, 2011]. В обоих случаях речь идет о том, что физическое пространство перестает быть почти тотально определяющим общественную жизнь, а само оно все более существенно зависит от представлений о нем (что, в свою очередь, является объектом активного конструирования и переинтерпретации). Принимая во внимание, что сейчас большинство человечества уже проживает в городах, а сам город как таковой под влиянием экономических, культурно-коммуникационных, технологических и прочих процессов существенно изменяется по сравнению с классическим капиталистическим городом, городская идентичность (как ощущение и осознание себя жителем города) становится одним из важных “пересечений” проблематики территориальной и идентичности.

В этом контексте особое значение приобретает идея М.Кастельса о том, что современное общество в глобальном масштабе является “пространством потоков” (информации, финансов, рабочей силы, других ресурсов), которое исходя из собственной логики развития выделяет определенные “привилегированные” места в физическом пространстве (прежде всего — города). Поскольку их жители в разной степени включены в “пространство потоков”, можно говорить о существовании определенных “элит”, не имеющих жесткой привязки к месту и являющихся “космополитическими”, и “масс”, не имеющих ресурсов для смены своего места, а значит, являющихся “локальными” [Кастельс, 2000; Кастельс, 2009].

Но такое противопоставление не абсолютно, что можно проиллюстрировать, если обратиться к идеям З.Баумана [Бауман, 2008]. В целом соглашаясь с М.Кастельсом, З.Бауман говорит о том, что и условные “элиты”, и “массы” проживают в одних городах и так или иначе создают собственную городскую идентичность. Более того, отмечает Ш.Зукин, именно люди с большими культурными ресурсами активнее заботятся о том, чтобы их город отражал их идентичность [Zukin, 2010].

Иными словами, речь идет о том, что и “элиты”, и “массы” ищут, создают, формулируют, выражают определенные смыслы, связанные с местом / городом, чтобы получить ответ на вопрос о собственной идентичности. В то же время можно предположить, что те и другие делают это по-разному. То есть речь идет о том, что городская идентичность этих групп *должна содержательно* отличаться. Поэтому можно поставить вопрос о том, **чем именно отличается городская идентичность групп, которые по своим характеристикам в разной степени связаны с городом как локальным образованием?**

М.Кастельс говорит о выделении групп в зависимости от уровня их вовлеченности в “пространство потоков” вследствие разной степени обладания необходимыми для этого ресурсами, которыми прежде всего являются профессия, имеющая преимущества в условиях постиндустриальной экономики, высокая профессиональная квалификация, знание языков и т.п. Конкретизировать выделение соответствующих групп целесообразно в терминах идеи Р.Флориды о “креативном классе”, который в значительной мере задействован в работе “креативных индустрий” как своего рода форпостов глобальной постиндустриальной экономики.

Термин “креативные индустрии” предполагает некоторые различия в трактовке того, что входит в их состав. Например, Департамент культуры, медиа и спорта правительства Великобритании (*UK Government Department for Culture, Media and Sport (DCMS)*) определяет их как “индустрии, имеющие в основе индивидуальное творчество, умения и талант и обладающие потенциалом для создания ценностей и занятости через производство и использование интеллектуальной собственности” [Creative Industries Mapping Document, 2001]; к ним принадлежат реклама, архитектура, искусство, антиквариат, ремесла, киноиндустрия, дизайн, мода, издательское дело, создание компьютерных программ, музыка, театр, телевидение и радио [Creative Industries Economic Estimates, 2010]. Иногда к ним относят сферу науки и образования, а также “здания и организации, обеспечивающие коллективное культурное потребление: музеи, галереи, библиотеки, концертные залы, театры, находящиеся либо в государственном, либо в частном владении” [Трубина, 2010: с. 254]. Ссылаясь на эти определения, можно очертить преобладающие сферы деятельности представителей “космополитичной элиты”.

В своих исследованиях Р.Флорида опирается преимущественно на данные Обзора статистики профессиональной занятости и Бюро трудовой статистики при Министерстве труда США, в которых классифицированы разнообразнейшие профессии. Он рассматривает креативный класс как состоящий из двух подклассов: суперкреативного ядра и креативных профессионалов. К первому относятся профессии в сфере программирования и математики, архитектуры и инженерного дела, естественных и социальных наук, образования, воспитания и библиотечного дела, искусства, дизайна, развлечений, спорта, СМИ, ко второму — управленческие профессии, профессии в сфере бизнеса и финансов, права, здравоохранения (врачи и технические специалисты), профессии, связанные с продажей и управлением продажами [Флорида, 2005: с. 355].

Р.Флорида уверен, специфика креативного класса заключается в том, что он “зарабатывает деньги, проектируя и создавая что-то новое, и делает это с большей степенью автономии и гибкости, чем два остальных класса” [Флорида, 2005: с. 23–24]. Эти люди включены в постиндустриальный сектор экономики и, соответственно, в “глобальный мир”. Хотя в большинстве своем креативный класс не относится к высшему, а представляет собой часть среднего класса (которая стала наиболее влиятельной и массовой социальной группой в развитых странах), его вполне можно считать частью “космополитичной элиты” в духе М.Кастельса, поскольку он состоит из тех, кто по роду деятельности обычно слабо привязан к рабочему месту, а поэтому в выборе места проживания больше учитывает удобство для жизни, нежели близость к месту работы.

Особенности “креативного класса” можно назвать, сославшись на исследования, которые отмечают, что существуют значительные различия между теми, для кого главным ресурсом является культурный капитал, с одной стороны, и “старым классом буржуазии” и управленцами, менеджерами, администраторами — с другой [Куценко, 2000]. Креативный класс, “класс профессионалов” отличается от других классов не только и не столько объективными показателями, но и специфической культурой, основывающейся на критическом дискурсе и оправдании значимости культурного

капитала. В частности, это касается развития так называемой идеологии профессионализма как утверждения их технического, интеллектуального и морального преимущества. Управленцы, менеджеры, администраторы в гораздо большей степени зависят от разделения власти внутри организации-нанимателя, поэтому им присущ высокий уровень лояльности к организации. Для креативных профессионалов идентификация с организацией менее характерна, тогда как весьма высоки требования автономии. Отсюда отмечаются и особенности ценностных и политических ориентаций: самореализация, комфорт, децентрализация, отсутствие или минимум организационных и государственных ограничений и вмешательств, левый либерализм, ориентация на диалог, солидарность, а не на власть, статус, иерархию — то есть то, что можно назвать постматериалистическими ценностями. Согласно исследованиям Р.Флориды, для креативных профессионалов важны не столько зарплата, премии, страховки, доля в прибыли и т.п., сколько профессиональный интерес, ответственность, гибкость рабочих графиков, возможность работать дома, “толстый” рынок труда (множество конкурентных возможностей трудоустройства в пределах одной специальности). Они предпочитают “возможность активного отдыха и занятий активным или экстремальным спортом <...> Их привлекает развитая “уличная” культура (клубы, бары, дансинги, камерные залы и маленькие галереи искусств), а не традиционные культурные институты, такие как оперный театр или музей” [Гнедовский, 2005].

Украинские города тоже испытали влияние глобализационных процессов, обуславливающих образование соответствующих групп. Конечно, этот процесс неоднородный во всех городах, но для крупных городов, в большей степени включенных в мировое производство и потребление, упомянутая тенденция бесспорна. Более того, необходимость включения городов в мировой рынок актуализирует попытки формулировки собственных брендов, что провоцирует общественные рефлексии в отношении специфики города и городской идентичности. В то же время результаты этих размышлений и дискуссий оказывают влияние на осознание специфики и возможностей Украины в целом — представления об этом формируются в городах [Глибовицкий, 2011].

В украинских условиях по ряду причин трудно расценивать тех, кто согласно Р.Флориде является “креативными профессионалами”, как настоящих представителей “креативного класса”. Многие представители этой группы обычно очень жестко привязаны к локальным контекстам — к местному законодательству и особенностям местной бюрократии и коррупции, что делает их неконкурентоспособными за рамками этих контекстов. Адаптируя идеи Р.Флориды о креативном классе к украинским условиям, к “космополитичным элитам” (имеющим возможности для мобильности, а значит, невысокий уровень связи с местом / городом), считаю целесообразным отнести следующие группы лиц: архитекторы, дизайнеры, художники, IT-специалисты, ученые мирового уровня, журналисты. Соответственно, к “локальным массам” следует отнести тех, кто имеет ограниченные возможности для мобильности: представителей рабочих профессий и профессий в сфере сервиса. Согласно гипотезе исследования различие между ответами *представителей разных групп должно заключаться не столько в уровне идентификации с городом, сколько в способах интерпретации собственной связи с городом.*

### ***Городская идентичность в Харькове и Львове: главные выводы исследования***

Гипотеза касательно различий в интерпретации связи с городом между “космополитичными элитами” и “локальными массами” в целом подтвердилась. Сначала подытожим основные составляющие связи с городом, обнаружившиеся в исследовании, а затем остановимся на конкретных различиях детальнее.

**Составляющие связи с городом.** В исследовании связь с городом фиксировалась не как оценка каких-то возможных заранее определенных параметров, а как описание респондентами “настоящего” жителя своего города и соотнесения себя с этим описанием.

Так, для “настоящего” жителя города в той или иной степени характерны:

1. Эмоциональная привязанность к городу, включающая гордость за город и локальный патриотизм.
2. “Менталитет”. Это понятие не имеет научного определения, но чаще всего означает конкретный способ или особенности мышления, отношение к чему-либо, понимание культурных кодов и т.п. Достигается благодаря рождению или продолжительной жизни в городе, преимущественно в детстве.
3. Знания о городе, его истории, культурных особенностях.
4. “Городская культура” как совокупность определенных традиций, особенностей поведения.
5. Чувство ответственности за город, которое может проявляться как следствие ощущения себя частью городского *сообщества* и/или *города* как такового (определенное пространство, инфраструктура и др.) и обуславливать разного рода общественную активность.

В целом эти составляющие частично отвечают выделенным в классической работе Ф.Знанецкого “Город в сознании его жителей” [Znaniecki, 1931]. Замечу, что ни один из пунктов нельзя трактовать как обязательный — список определялся исключительно совокупностью ответов респондентов.

**Способы интерпретации образов “настоящего” городского жителя.** Прежде всего различия проявляются в интерпретации особенностей “настоящего” жителя города — “настоящего львовянина” и “настоящего харьковчанина” — как референтов городской идентичности.

Главное отличие между “локальными” и “космополитичными” городскими жителями состоит в том, что первые обычно оценивают город и его жителей в психологических категориях: *открытые (закрытые), приветливые, терпимые* (“настоящие львовяне”), *простые, легкие в общении, активные, умные, умеющие работать и отдыхать* (“настоящие харьковчане”). Вторые чаще обращают внимание на городскую культуру.

Первые чаще воспринимают особенности жителей своего города как данность и пытаются их описать. Вторые — подвергают сомнению существование (объективных) отличий вообще (“*харьковчанин — человек, который так себя называет*”), подчеркивая, что в действительности нельзя говорить о “настоящем” или “типичном” городском жителе — они разные (больше на это обращали внимание респонденты в Харькове), а также указывая на отличия распространенного стереотипа от реальности (на это обратили внимание во Львове):

- “есть определенный образ — карикатурный, сатирический”;
- “я не знаю, можно ли перечень таких черт вывести и сказать, что это настоящая львовянка или львовянин, поскольку ничего такого не существует на практике”;
- “что можно сказать о львовянине — наверное, первым делом *от него ждут* (выделено мной. — А.М.), что он украинец, разговаривает на украинском, носит вышиванку”.

**Интерпретации специфики города и его жителей (Харьков — Львов).** В отношении образа города и его “настоящего” жителя фиксируется существенное отличие между Харьковом и Львовом. Будучи туристическим городом, Львов давно имеет свой “миф города”, служащий, среди прочего, туристической приманкой — образом преимущественно на продажу (который одновременно влияет и на самоидентификацию его жителей). Образ “настоящего львовянина” лучше всего описывается в двух дискурсах<sup>1</sup>:

- “Националист-традиционалист”: украинец, уважает старших, семью, традиции (консерватизм, клерикализм), народное творчество (покупает вышиванки), набожность (ходит в церковь) (по словам одного из респондентов “настоящий львовянин” описывается триадой “Грядка. Церковь. Москали”);
- “Горожанин-интеллигент”: человек, который ведет городской образ жизни (*кафе, рестораны, театр*), выделяется языком и культурой (*“кофе, гвара”*), ответственно относится к городу.

Интересно, что на противоречивость этих образов обратили внимание сами респонденты (“космополиты”), отметив, что львовяне, с одной стороны, являются индивидуалистами, а с другой — для них важно, *“что люди скажут”*.

Харьков такого “мифа города” не имеет, а его разные образы нередко противоречат друг другу — “город культуры” и “город торгашей”, например (*“Харьков — это город контрастов”*). Как отмечалось в предыдущих работах [Мусиездоров, 2011], это связано с отсутствием необходимости и опыта конструирования собственного образа города, а также со значительными социально-экономическими и культурными различиями его жителей.

Любопытно, что для харьковчан характерной особенностью в обеих группах (“космополитичной” и “локальной”) было названо наличие амбиций, претензий: *“в Харькове важно быть успешным, важно, чтобы тебя признали, не раствориться в общей массе, а как-то выделиться, привлечь к себе внимание, важно быть оцененным”* (“космополитичные”). В то же время эти претензии не всегда имеют соответствующие основания, поэтому воспринимаются как неоправданные, как “понты” (“локальные”).

Также подчеркивается, что многообразии города позволяет найти свой круг общения и получить там признание: “Харьков очень разный. И, с одной стороны, можно пройти по Барабашова и по Москалевке, посмотреть как там, что там происходит, как там люди отдыхают. А можно действительно там попасть на какой-нибудь уникальный концерт или какую-нибудь уникальную дискуссию или поэтические чтения, ... под стать ... началу XX века где-то в Париже, я не знаю, если попасть в какой-нибудь декаданский поэти-

<sup>1</sup> Наличие таких образов описано, в частности, в работе: [Середа, 2008].

ческий салон”. Вместе с тем отсутствие признания за рамками своего круга определенным образом закаляет людей, поэтому по крайней мере творческие люди достаточно успешно реализуются в других городах: “Я считаю, что харьковчане — особенно творческие люди — очень крепки в том смысле, что тот, кто выжил и занимается культурной жизнью в Харькове, он нигде не пропадет, ведь бабла ноль, поддержки почти нет. Человек, если все равно он занимается своим делом... У нас Харьков — это как Бразилия, знаете — очень много классных футболистов, но деньги все зарабатывают в Европе. Так же... Харьков — это определенная школа, ну так большинство людей и воспринимает Харьков. Они считают, что Харьков — это классная такая штука, почему-то отсюда очень много творческих людей, но все они... но вовремя нужно уехать отсюда. Есть такое мнение. Примерно так и я думаю. А по поводу менталитета, я же говорю, что Харьков — это такой очень интересный творческий город в том смысле, что здесь бывает иногда очень классно, а бывает очень сложно. И так порой по десять раз в день. И именно тут, наверное, в этом и заключается некий харьковский менталитет творческий, что люди отсюда — они <...> очень закаленные <...> тем, что они, если в родном городе уже что-то сделали, то... По-видимому, это касается не только творчества, но также бизнеса и прочих вещей”.

Сравнивая себя с образом настоящего жителя своего города, харьковчане в целом считают себя весьма типичными представителями. Однако “космополиты”, как уже говорилось, часто подвергаются сомнению именно существование определенного одного “типа” горожанина. При этом для Харькова, например, было выделено несколько типов харьковчан, связанных с конкретными районами города. Такая разнородность жителей города иногда мешает идентификации себя как харьковчанина — город может быть близким, понятным и комфортным в одном случае, но абсолютно неблизким, непонятным и некомфортным — в другом (“странненький город”):

“Мне трудно себя с ним ассоциировать, ведь здесь живет много разных людей, разделяющих определенные ценности, которые мне вообще чужды, но они живут со мной в одном городе и как-то в нем тоже что-то делают, <...> я ощущаю себя представителем определенной социальной группы, но не города”.

Респонденты подчеркивают связь жителей не столько с городом в целом, сколько со “своими” районами, где образуются довольно обособленные социальные, соседские, бытовые и прочие связи, что, в свою очередь, позволяет охарактеризовать Харьков как “*минипровинциальный город*”<sup>1</sup>. Таким образом, к основам продуцируемого респондентами дискурса Харькова (“мифа города”) следует отнести представления о разнообразии, неоднородности города и его провинциальности — что, очевидно, в определенной степени противоречит распространенной формуле “Харьков — первая столица” (но напомним, что речь идет о “космополитичных” респондентах, которые весьма критично относятся к этому образу, иногда считая его вредным — провоцирующим самовлюбленность, а не стремление к развитию).

---

<sup>1</sup> Интересно, впрочем, что для “космополитичных” харьковчан “своим” районом может не быть район фактического проживания, что не удивительно, учитывая существование спального района (Салтовка), где проживает почти 400 000 горожан.

Сравнивая свой город с другими городами, респонденты, разумеется, ориентировались на собственный опыт, различный для жителей двух городов. Разными являются и другие города, на которые их город похож. Для Львова это в основном польские и галицкие города (Краков, Вроцлав, Люблин, Гданьск, Ивано-Франковск, Тернополь). Для Харькова ответ несколько сложнее: во-первых, это “советские / постсоветские” города, такие как Днепрпетровск (ныне Днепр), Донецк (до 2013 года<sup>1</sup>), во-вторых, “космополитичные города” и “города контрастов” (Стамбул, Берлин, Варшава), в-третьих, города с “комплексом второй столицы” (Санкт-Петербург). Города, упоминавшиеся как похожие и на Львов, и на Харьков, — это Одесса и Санкт-Петербург<sup>2</sup>. Можно сказать, что Харьков вообще делает ударение скорее на космополитичности, а Львов — на локальности.

**Особенности связи с городом.** Едва ли не главным фактором связи с городом во всех группах оказалась привычка: свой город — это место / места воспоминаний, *“интимная топография”*. Однако “космополитичные” респонденты воспринимают город сквозь призму собственной профессии и (активного) досуга / культурной жизни — насколько город пригоден для реализации собственных потребностей и желаемого образа жизни:

“Я бы хотела себя соотнести с этим городом, но по ряду причин я не могу этого делать. <...> Нет возможностей для профессионального роста, <...> специальность не востребована в должной мере”.

При этом желателен для них преимущественно именно городской образ жизни — с его ритмом, драйвом и т.п. Для них жизнь в своем городе — собственный выбор, а не данность:

“— Моя работа одинакова в абсолютно любом уголке земного шара, где есть интернет и возможность подключиться к электрической сети.

— И банкомат. Нужен еще банкомат”.

Однако потенциальная готовность или неготовность изменить место жительства обуславливается и вполне будничными обстоятельствами, а сама смена воспринимается сквозь призму необходимости прилагать дополнительные усилия:

“Если долго жить после какого-то момента в городе, то все равно чем-то обрастаешь. В смысле — знакомые, друзья, какие-то условные пабы. Но в действительности все гораздо больше... <...> Квартира, ребенок ходит в определенную школу. Все это прирастает, а со временем действительно изменить это все — это нужно очень много всего сломать”.

“Локальные”, описывая свою связь с городом, почти не упоминают профессию — речь идет преимущественно об определенной традиционности (больше — во Львове: *“стараюсь не сорить”*, *“ходить в центр”*, *“учить де-*

---

1 Интервью проводились в июле–августе 2014 года, и респонденты отмечали, что не могут оценить, каким стал этот город в то время.

2 Последнее служит подтверждением того, что “комплекс столичности” явно характерен не только для Харькова, но и для Львова (“столица Галиции” как столица “украинского Пьемонта”). См., например: [Мусиездоров, 2009; Закутий, 2011].

тей”) или о привычной социальной и физической среде, как правило, соседской (больше — в Харькове: *в своем районе “все здороваются”*). Можно утверждать, что в обоих случаях — и львовском, и харьковском — “локальные” респонденты живут в условиях, чем-то напоминающих классические условия *urban villagers*, по крайней мере в том, что касается значимости для них локального сообщества [Gans, 1962]. В общем исследования доказывают, что вследствие определенных причин люди в разной степени включены в жизнь соседского сообщества. Так, чем больше человек контактирует с друзьями, знакомыми, коллегами, родственниками, людьми, объединенными общими интересами и т.п., тем менее значимыми для него оказываются соседские связи. Вне дома чаще проводят время более образованные горожане, молодежь, мужчины, соседство же оказывается важнее для пенсионеров и домохозяек. Также исследования показывают большую заинтересованность в соседских связях представителей рабочего класса, нежели это имеет место у представителей среднего класса [Вагин, 2003].

**Особенности “бытия горожанином”.** И “локальные”, и “космополитичные” респонденты главным преимуществом города как такового называют его инфраструктуру, “*доступ к цивилизации*”. Последние ожидаемо описывают желаемый город (а следовательно, и свой, поскольку жизнь в нем — это собственный сознательный выбор) очень схоже с требованиями, которые выдвигают к городу представители “креативного класса” [The City, 2004; Гнедовский, 2005; Флорида, 2005]:

“Быть горожанином — это иметь возможность ездить на велосипеде с жесткой вилкой, не отбивая себе руки, быть горожанином — это иметь возможность выбрать из баров, клубов, кинотеатров — здесь уже кому что ближе — тот, в какой ты пойдешь сегодня, это возможность выбрать работу хотя бы из 10 вариантов, а не одного, ну и вообще, возможность тратить деньги тоже в достаточно большом количестве мест” (Харьков);

“Это означает наличие культурного ресурса <...> Это кино, театры, какие-то культурные мероприятия, это могут быть фестивали, учебные программы, лекции. Работа с этим не связана” (Львов);

“Быть горожанином означает, что рядом с тобой достаточно много незнакомых людей, и в среде с ними ты ощущаешь себя комфортно, и тебе интересно находиться рядом с этими незнакомыми людьми. <...> И быть горожанином, мне кажется, — это, в первую очередь, быть готовым к тому, что люди вокруг тебя разные, и быть готовым с ними к коммуникации, не всегда, возможно, приятной” (Харьков).

Также для “космополитичных” харьковчан ощутимым преимуществом является возможность избегать нежелательных контактов, характерная именно для крупного города: “*Вот в Харькове, если появляется человек, с которым я не хочу общаться, я могу избежать этой встречи. Я могу ходить по другим улицам, разумеется, не отвечать на телефонные звонки, но самое главное — не заходить в кафе, где он любит бывать, ходить по другим улицам — и это будет легко. В маленьком городке, если появляется человек, с которым некомфортно общаться, избежать с ним встречи практически невозможно*”.

Для “локальных” (особенно харьковчан) часто желательно жить за городом или в пригороде — подальше от городского шума, множества людей и интенсивности городской жизни и поближе к природе:

“Я бы хотела поменять квартиру на дом в пригороде <...> Жить хотела бы в более экологичной зоне” (Харьков);

“В городе меня утомляет количество людей <...> Много соседей, людей... Иногда хочется просто побыть одной” (Харьков).

Но и отказываться от городской инфраструктуры, образа жизни они не собираются:

“Я не приспособлена к работе в селе” (Львов).

В то же время младшие респонденты и те, кто живет в центре города (“локальные”), не разделяют такое мнение — в этом они больше схожи с “космополитичными”:

“Если живешь в центре, ты как-то и существуешь в центре — и гуляешь, и работаешь <...> Здесь есть возможность для саморазвития — это очень важно для крупных городов” (Харьков).

**Участие в решении городских проблем.** Интересны в контексте нашего рассмотрения ответы на вопросы о том, кто должен решать городские проблемы и каким образом сами респонденты в этом участвуют. Обе группы — и “космополиты”, и “локальные” — возлагают ответственность как на городскую власть, так и на самих жителей.

Однако первые о взаимодействии с властями говорят в режиме “давления” (пикеты, письма, обращения, сбор подписей), а вторые — в режиме “жалобы”:

“Я периодически стараюсь отслеживать информацию об общественных слушаниях и участвовать в них” (“космополитичные”);

“Главная проблема — коррумпированность чиновников, и решать ее должна власть при активных пинках со стороны общественности” (“космополиты”);

“Виновато высшее руководство — оно совсем не думает о городе” (“локальные”);

“Сфотографировать <недостатки> и послать мэру города” (“локальные”).

Вместе с тем “космополитичные” респонденты предлагают больший спектр самостоятельного участия в решении городских проблем — волонтерство, сбор средств, культурно-благотворительные акции, представления, лекции для формирования ответственных горожан и т.п. “Локальные” же чаще апеллируют к традиции и моральной ответственности — “*стараюсь не сорить*”, “*делаю замечания*”, “*участвую в уборках*” и т.п.

Для “космополитичных” респондентов Харькова отдельно звучит тема харьковских городских властей вообще и мэра города в частности. Главная проблема — пренебрежение законами со стороны властей, рядом с этим остальные проблемы выглядят мелкими. Еще одна важная проблема — забюрократизированность, которая приводит к неспособности общины не только влиять на решения властей, но и самым реализовывать отдельные инициативы:

“Я бы с удовольствием принимал участие в краудфандинге городских проектов, но с локальными частными инициативами, поскольку городской краудфандинг у нас невозможен”.

В то же время кое-кто с сожалением констатирует, что большинство жителей Харькова удовлетворены городской властью, поэтому какие-либо публичные акции представляются весьма сомнительными в плане эффективности:

“Хотелось бы чувствовать себя в большинстве, а не в меньшинстве в вопросах, которые для меня важны”.

**Особенности группы “гастарбайтеров”.** Как уже отмечалось, для уточнения результатов были проведены интервью с “гастарбайтерами”. Они демонстрируют некоторое сходство с обеими группами. Так же, как и “локальные”, они, описывая собственную связь с городом, не упоминают о профессии, более пассивны в решении городских проблем. Вместе с тем в других вопросах они проявляют большее сходство с “космополитичными”. Последнее, пожалуй, связано со спецификой их опыта — опыта сравнения людей в разных местах, где им пришлось жить какое-то время. Кроме того, значительная часть “гастарбайтеров” — люди молодые, которые часто, несмотря на имеющуюся рабочую профессию или работу в сфере услуг, имеют полное или неполное высшее образование или закончили профессиональные курсы, связанные с умственным трудом. Для одних их нынешний статус является следствием желания найти себя, развиваться. Для других — вынужденное состояние, связанное с отсутствием работы по специальности. Например, в этой группе были инженер связи, работающий оператором котельни, или человек с двумя высшими образованиями, работающий в мастерской шоколада.

“Гастарбайтеры”, как и “локальные”, описывают “настоящих львовян” в психологических категориях:

“Это люди, всегда приветливые, они всегда поинтересуются, если ты в слезах, что с тобой, когда ты уставший в трамвае, тебе пожилая женщина скажет “садись, ты с работы”. Это люди очень доброжелательные, активные, культурные”.

Старшие “гастарбайтеры” демонстрируют сходство с “локальными” в традиционализме при описании “настоящего львовянина” (в частности, своего ровесника):

“Ценят свою работу, вкладывают очень много в нее. Они, как правило, набожны и посещают храмы. Они уважают старших. Очень ценят традиции народного творчества в вышивке... <...> Например, настоящий украинец моего возраста каждый имеет в доме портрет Шевченко; с тех пор, как мы получили независимость, настоящий украинец имеет в доме наш национальный флаг”.

Но они же подчеркивают, что “настоящие львовяне” разные, а представление о них является стереотипом:

“Настоящий львовянин, наверное, ежедневно поливает машинным маслом свою грядку, каждое воскресенье ходит в греко-католическую церковь, а после службы в церкви занимается тем, что перепиливает москалей деревянной пилой, потому как имеет время и большое вдох-

новение. А если серьезно, то люди все разные, и в принципе ясно, что жизнь в каком-то конкретном городе, особенно в таком городе, как Львов, который имеет, скажем так, некий особый флер, будет накладывать отпечаток, причем на каждую группу по-разному. То есть разные возрастные группы будут отличаться между собой, разные социальные группы также будут отличаться между собой”.

Анализ интервью с “гастарбайтерами” провоцирует рефлексии в плане влияния уровня связи с локальным сообществом на вовлеченность в решение городских проблем. С одной стороны, именно “локальные” горожане, казалось бы, в большей мере должны быть связаны с городским сообществом, а значит быть более чувствительными к потребностям своего города и более активными в попытках их решения. Но ситуация оказывается противоположной. Это можно объяснить тем, что “локальные” жители выстраивают сообщество, так сказать, “общинного типа” (*Gemeinschaft*), которое не распространяется на всю городскую общину — это невозможно в условиях крупного города. Это означает, что в осознании и решении именно городских проблем — требующих более широкого взгляда и действий — они в определенной степени ограничены своей, в частности пространственной, локальностью — ситуация, описанная в классике исследований сообществ [Gans, 1962]. Сообщество “космополитичных” жителей города обычно так или иначе связано с городом в целом, например, как с частью глобального порядка, поэтому их взгляды и способы действий также более глобальны. Принципиально важно отличие в ресурсах — как материальных, так и символических — между “космополитичными” и “локальными” жителями. Первые их имеют и даже тогда, когда они их не используют здесь и сейчас, осознают такую возможность — по крайней мере быть “создателями мнения” и тем или иным путем оказывать давление на власть и/или влияние на соседей — и в итоге чувствуют себя увереннее в отношении проблем города. Так, личные связи позволяют прямо разговаривать с чиновниками, депутатами, бизнесменами разного уровня — теми, кто оказывает непосредственное влияние на городскую жизнь. Причем разговаривать предметно — вплоть до презентации конкретных законодательных, архитектурных, инфраструктурных проектов. Очевидно, что именно в среде “космополитичных” городских групп формируются бренды города. Конечно, это не означает, что наличие таких возможностей автоматически ведет к решению этих проблем.

### **Выводы**

Таким образом, мы исходили из того, что глобализация продуцирует две группы городских жителей, чья городская идентичность (ощущение и осознание себя жителем города) содержательно отличает их друг от друга. Это — “космополитичные элиты”, не имеющие жесткой привязки к месту, и “локальные массы”, не имеющие ресурсов для смены своего места. Соответственно, главным вопросом был вопрос о том, чем именно городская идентичность у этих групп содержательно отличается? В исследовании мы сознательно отказались от измерения *степени* идентификации с городом, поскольку пока не существует разработанной методики ее измерения (а наше исследование не предполагало разработки такой методики). Итак, выводы

касаются проверки гипотезы касательно различий между представителями разных групп **в способах интерпретации собственной связи с городом**.

Результаты исследования показывают, что эти способы действительно различаются. Это касается и меры рефлексии над образом “настоящего” жителя своего города, и особенностей связи с городом, и особенностей “бытия горожанином”, и способов интерпретации и вовлечения в решение городских проблем — большинство различий ожидаемо связаны с разницей в социально-экономическом и социально-культурном положении исследуемых групп. Выявлены также отличия, связанные со спецификой таких городов, как Харьков и Львов. Результаты уточнялись на примере группы “гастарбайтеров”.

Результаты исследования дают основания для гипотезы о том, что на интерпретацию собственной связи с городом влияют не только принадлежность к конкретным группам, но и место проживания в городе (“спальный район” vs центр города), возраст, образование и более конкретные параметры и особенности профессии и связанный с этим уровень включенности в “городскую жизнь” как таковую (культурная жизнь, особенности досуга).

Эмпирическая фиксация отличий свидетельствует о том, что городская идентичность охватывает два аспекта — локальный и глобальный. Первый означает акцент на локальных связях, сообществе, межличностных связях, второй — на понимании города как представителя глобальных процессов развития общества, экономики, культуры, технологии и т.п.<sup>1</sup>

Эти аспекты определяются акцентами в содержательной интерпретации того, что такое город и городские жители, в зависимости от опыта и способа вовлеченности жителей в городскую жизнь<sup>2</sup>. А если уж речь идет о представлениях, на основе которых происходит идентификация с городом, то городскую идентичность следует трактовать не как территориальную, а как культурную и рассматривать как “воображенное сообщество” [Андерсон, 2001]. Отсюда город предстает не как “городское сообщество” или “община”, а как совокупность сообществ, считающих город “своим” и отстаивающих свое “право на город” (А.Лефевр), ссылаясь на собственную картину мира, которая зависит от их социального, культурного, экономического положения (причем каждое из них будет считать свой образ и свою трактовку города “настоящими”) [Мусиездов, 2014].

Данная ситуация осложняется тем, что информационные и коммуникационные технологии создают существенные препятствия формированию городской идентичности. Они не способствуют большей коммуникации представителей разных городских сообществ друг с другом, а используя возможности избирательного общения, провоцируют их фрагментацию и изоляцию, что порождает взаимные страхи, возведение границ, уменьшение количества и снижение значимости публичных городских пространств и т.п. С другой стороны, развитие технологий не только провоцирует производство различий между группами внутри города, но и создает возможности для выстраи-

---

<sup>1</sup> Условно эти аспекты различаются как *Gemeinschaft* и *Gesellschaft* Ф.Тённиса [Теннис, 2002]. Влияние этих способов организации социальных связей на ценности в целом и ценности, способы и результаты обучения в высших учебных заведениях в частности было прослежено ранее в работе: [Мусиездов, 2006].

<sup>2</sup> Следует подчеркнуть, что речь идет именно об акцентах, а зачастую сосуществующих друг с другом, а не о взаимоисключающих представлениях.

вания новых образов коллективности. Как бы там ни было, именно эти новые особенности бытования идентичностей вообще и городской идентичности в частности должны стать предметом дальнейших исследований.

Как отмечал выше, реалии современного (или, точнее, постсовременного) общества в целом таковы, что существенно проблематизируют связь сообществ с территорией, которая все в большей мере становится пересечением интерпретаций, а не объективной точкой отсчета для существования сообществ, как считалось ранее. Так, город становится не просто территорией, инфраструктурой или сообществом, но и культурным представлением, образом, брендом и т.п. — тем, что оказывает свое влияние, в частности, на самоосознание городских жителей, то есть на городскую идентичность. Различия образов, представлений о городе у разных сообществ обуславливают существование отличающихся городских идентичностей одного города.

Проведенное исследование можно считать одной из первых попыток их изучения; было доказано, что описанные процессы касаются и украинских городов, поэтому нужно обратить внимание на необходимость их рассмотрения сквозь призму идей о постсовременном городе<sup>1</sup>. Ясное дело, ни один город нельзя интерпретировать как абсолютно постсовременный/постмодерный<sup>2</sup> — скорее стоит говорить о сочетании почти в каждом городе современных, постмодерных и даже домодерных элементов. В этом контексте весьма перспективным видится такое направление исследований, которое будет охватывать изучение постсовременных характеристик современной украинской городской культуры в целом.

## **ПРИЛОЖЕНИЕ**

### **Гайд интервью**

**Считаете ли Вы себя львовянином / львовянкой?**<sup>3</sup>

Почему Вы так считаете? В каких ситуациях это ощущение возникает или усиливается?

**Что означает “быть львовянином / львовянкой”?**

**Кто такой “настоящий львовянин / львовянка”?** Попробуйте его/ее описать: чем он/она занимается? что считает важным или неважным? как проводит свободное время? что ему/ей нравится или не нравится?

Исходя из перечисленного, скажите, пожалуйста, в какой мере Вы **лично соответствуете образу “настоящего львовянина”?** Что Вы делаете “как настоящий львовянин”?

---

1 См., например: [Davis, 1992; Dear, 1999; Soja, 2000; Soja, 1986; Gottdiener, 2010].

2 Особенно учитывая недостаточную определенность самих терминов — здесь они употребляются как синонимы.

3 Для харьковчан вопросы были такими же.

- Работаете ли Вы как настоящий львовянин? / В чем заключается Ваша работа?
- Проводите ли Вы свое свободное время как настоящий львовянин? / Как Вы обычно проводите свое свободное время?

**Кто Вы по специальности, по образованию, кем работаете (во Львове, вне пределов Львова<sup>1</sup>)?**

**Насколько легко или трудно Вы находите желаемую работу в другом городе и где именно (в Украине, за рубежом, в сельской местности)?**

**Хотели бы Вы жить в другом месте? Почему? Где именно (страна (какая?), город (какой?), за городом)? Что для этого нужно?**

Можете ли Вы сравнить жизнь в своем городе с тем, как живут люди в других городах, в которых вам приходилось бывать или о которых Вы хорошо знаете? Если да, то **что общего в жизни в этих городах?**

**Можете ли Вы сравнить львовян с жителями других городов?** Если да, то каких именно? На кого из жителей других городов львовяне больше всего похожи и чем именно?

**Что для Вас означает быть “городским жителем”?**

**Что именно Вам нравится и не нравится в жизни в городе?**

**Какие проблемы Вашего города Вас больше всего волнуют? И кто должен их решать?**

Если Вы сами участвуете в решении *городских проблем*, то в чем проявляется Ваше участие?

### **Источники**

*Андерсон Б.* Уявлені спільноти. Міркування щодо походження й поширення націоналізму / Б. Андерсон ; пер. з англ. В. Морозова. — К. : Критика, 2001. — 272 с.

*Бауман З.* Город страхов, город надежд / З. Бауман ; пер. с англ. А. Смирнова // Логос. — 2008. — № 3 (66). — С. 24–53.

*Вагин В.* Социология города [Электронный ресурс] / В. Вагин. — М. : Учеб. литература, 2003. — Режим доступа : [http://www.gumer.info/bibliotek\\_Buks/Sociolog/Vagin/04.php](http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/Vagin/04.php).

*Глібовицький Є.* Цінності України [Електронний ресурс] / Я. Грицак, Є. Глібовицький // TEDxKyiv. — Режим доступу : <http://www.youtube.com/watch?v=noIW9A8V7WE> (18.06.2011).

*Гнедовский В.* Современные проблемы развития постиндустриального общества в городах США и Европы [Электронный ресурс] / В. Гнедовский // Экология культуры : Информационный бюллетень. — Архангельск : Комитет по культуре администрации Архангельской области, 2005. — № 2 (36). — Режим доступа : <http://www.archipelag.ru/geoeconomics/postindustrializm/version/contemporary-problem> (05.06.2015).

*Закутій І.* “Український П’ємонт”: еволюція ідеї [Електронний ресурс] / І. Закутій // Копичинці. Місто над Нічлавою. — Режим доступу : <http://kopychyntsi.com.ua/polytyka/ukrayinskyu-pyemont-evoliutsiya-ideyi.html> (02.05.2011).

*Кастельс М.* Информационная эпоха: экономика, общество и культура / Кастельс М. ; пер. с англ. ; под науч. ред. О.И. Шкаратана. — М. : ГУ-ВШЭ, 2000. — 606 с.

---

<sup>1</sup> Отдельное уточнение для группы “гастарбайтеров”.

*Кастельс М.* Реконструкция социального смысла в пространстве потоков [Электронный ресурс] / М. Кастельс ; пер. с англ. В.В. Вагина // Блог Urban Sociology. – 14.05.2009. – Режим доступа : [http://les-urbanistes.blogspot.com/2009/05/blog-post\\_14.html](http://les-urbanistes.blogspot.com/2009/05/blog-post_14.html).

*Кононов И.Ф.* Пространственный поворот в социологической теории / И.Ф. Кононов // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : зб. наук. пр. ; вип. 19. – Харків : ХНУ ім. В.Н. Каразіна, 2013. – С. 151–157.

*Куценко О.Д.* Рост “нового класса”: влияние фактора образования на социальное разделение / О.Д. Куценко // *Суспільство нерівних. Класовий аналіз нерівностей в сучасному суспільстві: Спроби західної соціології* / Куценко О.Д. – Харків : Вид. центр Харків. ун-ту, 2000. – С. 200–237.

*Мусиездов А.* Город и идентичность. Открытая лекция, прочитанная 25 сентября 2014 года в Культурном центре “Инди” (Харьков) [Электронный ресурс] / А. Мусиездов // *My Sociology. Социологические и не очень статьи и тексты.* – Режим доступа : <http://socresource.blogspot.com/2014/10/blog-post.html> (01.10.2014).

*Мусиездов А.* Различия в стилях обучения между “городскими” и “сельскими” студентами / А. Мусиездов // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства* : зб. наук. пр. – Харків : Вид. центр Харків. нац. ун-ту ім. В.Н. Каразіна, 2006. – С. 420–427.

*Мусиездов О.О.* Идентификация Харкова: досвід конструювання образу міста / О.О. Мусиездов // *Схід / Захід : історико-культурологічний зб.* ; вип. 15 / за ред. В. Кравченка, Г. Гринченко. – Харків : ТОВ “НТМТ”, 2011. – С. 217–234. – (Спец. вид. : Проблеми історичної урбаністики).

*Мусиездов О.* Харківська ідентичність: уявлення про місто та його історію як чинники ідентифікації [Електронний ресурс] / О. Мусиездов // *Онлайн-публікація Центру міської історії Центрально-Східної Європи.* – 2009. – № 5. – Режим доступа : <http://www.lvivcenter.org/download.php?newsid=1074&fileno=2>.

*Середа В.* “Львів’янин” – окрема ідентичність чи місце прописки / В. Середа, Д. Судин // *Вісник Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна. “Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи”.* – 2008. – № 795. – С. 94–98.

*Теннис Ф.* Общность и общество. Основные понятия чистой социологии / Теннис Ф. – СПб. : Владимир Даль, 2002. – 452 с.

*Трубина Е.Г.* Поворот к пространству: междисциплинарное движение и сложности его популяризации / Е.Г. Трубина // *Политическая концептология.* – 2011. – № 4. – С. 34–49.

*Трубина Е.* Город в теории: опыты осмысления пространства / Трубина Е. – М. : Новое литературное обозрение, 2010. – 520 с.

*Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Флорида Р. ; пер. с англ. А. Константинова. – S.l. : Классика–XXI, 2005. – 421 с.

*Baumeister R.* Identity. Cultural Change and Struggle for Self / Baumeister R. – N. Y. : Oxford, 1986.

*Castells M.* The The Power of Identity, The Information Age: Economy, Society and Culture. Vol. II / Castells M. – Cambridge, MA ; Oxford, UK : Blackwell, 1997.

*Creative Industries Economic Estimates* (Experimental Statistics) Full Statistical Release. 9 December 2010 [Electronic resource] // UK Government, DCMS. – 2010. – Way of access: [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/77514/CIEE\\_Full\\_Release\\_Dec2010.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/77514/CIEE_Full_Release_Dec2010.pdf).

*Creative Industries Mapping Document 2001* [Electronic resource]. – 2 ed. – London, UK : Department of Culture, Media and Sport, 2001. – Access mode : [http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/reference\\_library/publications/4632.aspx](http://webarchive.nationalarchives.gov.uk/+http://www.culture.gov.uk/reference_library/publications/4632.aspx).

*Davis M.* City of Quartz: Excavating the Future in Los Angeles / Davis M. – L. : Macmillan, 1992.

*Dear M.* The Postmodern Urban Condition / M. Dear, S. Flusty // Spaces of Culture: City, Nation, World / M. Featherstone, S. Lash (Eds.). — L. : Sage Publications, 1999. — P. 64–85.

*Gans H.* The Urban Villagers: Group and Class in the Life of Italian-Americans / Gans H. — N.Y. : Free Press, 1962.

*Giddens A.* Modernity and Self-Identity. Self and Society in the Late Modern Age / Giddens A. — Cambridge : Polity Press, 1991.

*Gottdiener M.* The New Urban Sociology / M. Gottdiener, R. Hutchison. — Westview Press, 2010.

*Soja E.W.* Postmetropolis. Critical Studies of Cities and Regions / Soja E.W. — Oxford : Blackwell, 2000.

*Soja E.W.* Taking Los Angeles Apart: Some Fragments of a Critical Human Geography / E.W. Soja // Environment and Planning D: Society and Space. — 1986. — Vol. 4. — P. 255–272.

The City as an Entertainment Machine / T. Nichols Clark (Ed.). — Amsterdam : Elsevier, 2004.

*Znanięcki F.* Miasto w świadomości jego obywateli / Znanięcki F. — Poznań : Wydawnictwo Polskiego Instytutu Socjologicznego, 1931.

*Zukin S.* Naked City: The Death and Life of Authentic Urban Places / Zukin S. — Oxford University Press, 2010.