

УДК 316.347:316.356.4(234.853)  
DOI: 10.48164/2713-301X\_2022\_9\_13

**М.Л. Шуб**

Челябинск

Челябинский государственный институт культуры  
shubka\_83@mail.ru

## **СПЕЦИФИКА ГОРОДСКОЙ ИДЕНТИЧНОСТИ ЖИТЕЛЕЙ ИНДУСТРИАЛЬНЫХ ГОРОДОВ ЮЖНОГО УРАЛА (ПО МАТЕРИАЛАМ МАССОВОГО ОПРОСА)**

*Исследование посвящено осмыслению городской идентичности. С одной стороны, данный феномен понимается как совокупность аутентичных, присущих конкретному городу черт и характеристик, которые выполняют атрибутивную функцию и показывают его специфику. С другой стороны, городская идентичность рассматривается в качестве процесса и результата идентификации человека с городом. Это связано с принятием местной самобытности и сопровождается эмоциональным вхождением в пространство городской среды (предметной и знаково-символической). В статье представлены основные результаты исследования городской идентичности жителей промышленных городов Южного Урала (Челябинск, Магнитогорск, Златоуст, Озёрск, Карабаш, Сатка), проведенного методом массового опроса 1050 человек.*

**Ключевые слова:** идентичность места, городская идентичность, городская среда, Южный Урал, Челябинск, Магнитогорск, Златоуст, Озёрск, Карабаш, Сатка.

Феномен городской идентичности или «идентичности места», в терминологии К. Линч [1, с. 26], в последние десятилетия стал одним из наиболее исследуемых в гуманитарном знании. Причины этого, на наш взгляд, объясняются несколькими факторами.

Во-первых, меж- и даже трансдисциплинарным характером феномена городской идентичности, изучение которого позволяет выйти на самые разные теоретико-методологические и прикладные уровни интерпретации социокультурной реальности – от урбанизма до социологии города, от семиотики среды до урбафилософии.

Во-вторых, размытостью смыслового наполнения понятия «городская идентичность», ситуативностью и контекстуальностью его использования, что неизбежно детерминирует разностороннюю научную активность по его конкретизации, адаптации к нуждам конкретной отрасли, дисциплины, исследовательской ситуации.

Пожалуй, можно говорить также и об определенной кризисности, сложившейся вокруг феномена городской идентичности, о нарушении механизма воспроизводства социально-городских связей, об отчуждении человека от места его обитания. Иллюстрацией такой ситуации выступает известная фраза французского историка П. Нора: «О памяти так много говорят, потому что её больше нет» [2, с. 37]. Не стоит, пожалуй, столь же категорично калькировать её на городскую идентичность, однако экстраполировать общий посыл – вполне возможно.

М. Арефи главную линию проблем в сфере городской идентичности провел по взаимоотношениям человека и городского ландшафта, а если точнее – по обесмысливанию последнего. По словам ученого, города наполняются пустыми объектами, не транслирующими никаких социально значимых смыслов – ни исторических, ни культурных, ни эстетических, ни модернизационных. Такие «неместа» образуют тысячи квадратных километров

«безместности» [3, с. 180], по отношению к которой классические механизмы идентификации не работают, что приводит к неизбежному кризису городской идентичности. М. Арефи распространял эту ситуацию практически на все современные «неисторические», индустриальные города, в категорию которых попадают и исследуемые в настоящей статье индустриальные города Южного Урала.

Прикладные аспекты востребованности локально-идентификационной проблематики связаны с теми трендами официальной культурной политики, которые ориентированы на повышение независимости принятия решения на уровне регионов, на разработку и реализацию стратегии «креативного города» [4, с. 11] как пространства привлечения финансовых инвестиций и интеллектуального капитала.

В контексте нашей исследовательской логики городская идентичность представляет собой «совокупность аутентичных, присущих конкретному городу черт и характеристик, выполняющих атрибутивную функцию, позволяющих дифференцировать его из числа других городов; процесс и результат идентификации человека с городом, основанной на принятии его самобытности, на эмоциональном вхождении в пространство его предметной и знаково-символической среды» [5, с. 152-153]. В предельно общей трактовке городская идентичность есть ни что иное как «представление о самом себе как жителя этого города» [6, с. 71].

Городская идентичность имеет сложную природу, образуемую на пересечении естественных и искусственных компонентов. Формирование первых связано с независимыми от человека обстоятельствами (прежде всего с фактом рождения): они основаны на «врожденном» факте принятия города как места рождения, взросления, жизни и пр. Вторые обусловлены осознанным выбором человека, который принимает решение о выборе места проживания на основании определенных требований и критериев и, соответственно, заранее моделирует

(или, точнее, предчувствует) содержание собственной городской идентичности.

В зависимости от структуры, городская идентичность включает в себя несколько элементов:

- 1) знаниевый (рациональная оценка сопричастности группе);
- 2) ценностный (разделение аксиологических установок группы);
- 3) деятельностный (включение в разделяемые группой и связанные с её существованием модели поведения);
- 4) эмоциональный (наличие эмоциональной привязанности к группе и сопряженных с членством эмоций);
- 5) знаково-символический (освоение семиотического ландшафта городской среды, включенность её в эмоциональный, ценностный, поведенческий контекст существования всей группы и отдельных членов);
- 6) мемориальный (темпоральная связь человека с местом проживания, приобщенность к его истории, наследию, участие в коммеморативных практиках).

В реальности сознание горожан содержит все обозначенные структурные уровни городской идентичности в синкретичном единстве, а их границы намечаются лишь при стимулировании у них рефлексии по этому поводу в рамках исследовательских процедур.

В 2020-2021 гг. нами был реализован массовый опрос, направленный на изучение городской идентичности жителей крупных, средних и малых индустриальных городов Южного Урала (Челябинска, Магнитогорска, Златоуста, Озёрска, Карабаша, Сатки). Объем выборки составил 1050 человек, квотными основаниями выступили пол и возраст респондентов.

Цель исследования заключалась в выявлении на основе субъективной, индивидуальной интерпретации прошлого (частные представления) общих, характерных для группы тенденций, закономерностей, перцептивных стереотипов (коллективные представления) и, в итоге, моделировании обобщенного, группового актуального образа городской идентичности.

По мнению Т.С. Тимофеевой, А.А. Озеринной, О.В. Голубь (к этому мнению присоединяемся и мы), массовый опрос, ориентированный на «считывание» субъективных позиций его участников в их самых разнообразных проявлениях и выражениях, может рассматриваться как предельно оптимальный инструмент изучения городской идентичности: «Использование вопросов разных типов (зарытых, открытых, вопросов-шкал) позволяет с помощью анкеты собрать данные об установках, отношении к какому-либо объекту, фактах поведения, а также о личностных и социально-демографических особенностях респондентов» [7, с. 143].

Вместе с тем могут быть выделены и определенные ограничения опросных методик, вызванные сложностью адекватной фиксации мнений самими участниками опроса. Эти сложности детерминированы, прежде всего, наличием прочной эмоциональной (позитивной или негативной) связи с местом проживания. Другими словами, уровень глубинного переживания не в полной мере может быть осмыслен и вербально выражен в точных и фиксируемых показателях. Именно поэтому в используемой анкете мы обращались не только к знающему уровню рефлексии городской идентичности, но и к эмоционально-чувственному компоненту, а именно – к ассоциативным способам передачи мнений.

Анкета, выступившая инструментальным основанием исследования, была тематически структурирована на следующие блоки:

1. Блок базовой оценки (вопросы анкеты: «Давно ли вы живете в этом городе?», «Какие ассоциации прежде всего возникают у Вас при восприятии этого города?», «Насколько прочно вы связываете свою жизнь с жизнью города, его проблемами и перспективами?», «Хотели бы Вы, чтобы Ваши дети переехали жить в другой город?»).

Данный блок был связан с выявлением у респондентов, имеющих определенные места проживания, различных по

своему наполнению и характеру оценок (качественных, количественных, эмоциональных, рационально-логических). В частности, нас интересовало, как ими воспринимаются родные города через ассоциации («грязный», «провинциальный», «современный», «безопасный» и пр.); через оценку возможностей дальнейшей жизни в конкретном месте и т.п.

2. Блок информационно-деятельностной оценки (вопросы анкеты: «На ваш взгляд, в общероссийском пространстве ваш город известен в связи с информацией о...», «Состоите ли вы в каких-то реальных или виртуальных сообществах, связанных с вашим городом (волонтерских организациях или зарегистрированы в тематических городских сообществах в социальных сетях)?»).

Этот блок вопросов был ориентирован на определение особенностей информационно-медийной репрезентации города, оценки его имиджевого потенциала (с точки зрения респондентов) и деятельностно-проектной активности участников опроса, их встроенности в виртуальные и реальные практики, направленные на решение значимых для горожан вопросов.

3. Блок мемориальной оценки (вопросы анкеты: «Если оценивать ваш город через временную перспективу, какой период больше всего интересен вам лично?», «Когда вы слышите словосочетание “память города”, с чем в первую очередь вы его связываете?», «Уделяется ли в вашем городе внимание исторической памяти – облику улиц, восстановлению исторических зданий, состоянию памятников, сохранению информации о прошлом города?» и др.).

Ответы на вопросы этого блока позволили нам судить о наличии/отсутствии, выраженности/латентности темпоральных связей горожан с их городом. Такого рода связи операционализировались нами посредством следующих маркеров: сформированность интереса к истории города, заинтересованность в его актуальной жизни или в будущем, интерпретация понятия «память города», оценка

деятельности властей в сфере сохранения культурно-исторического наследия, участие в частных актах поминовения и публичных коммеморациях.

На основании результатов опроса жителей городов Южного Урала (Челябинск, Магнитогорск, Златоуст, Озёрск, Карабаш, Сатка) были сделаны следующие выводы.

1. Городская идентичность («идентичность места») в самом обобщенном виде представляет собой интеграцию временных и пространственных координат существования человека на конкретной территории. Такого рода координаты, с одной стороны, позволяют человеку ориентироваться в реальном и символическом городском ландшафте (город как место), а, с другой – соотносить собственную биографию с его различными темпоральными измерениями: прошлым (город как история), настоящим (город как актуальность) и будущим (город как пространство перспектив).

Стоит отметить, что, согласно результатам исследования, в этой временной триаде прошлое оказывается чрезвычайно значимым модусом. Это не означает, что жители индустриальных городов проявляют исключительно ретроориентированные настроения, а интерес к истории доминирует у них над чувствительностью к настоящему. Это говорит о том, что в структуре городской идентичности «память города» или темпоральная идентичность (история города, его культурно-историческое наследие, личные воспоминания самих горожан, инкорпорированные в городскую среду) выступает той основой, на которую наращиваются все остальные уровни идентичности. Посредством её осуществляется «одушевление» города, обеспечиваются связи личного и социального, реального и символического, исторического, актуального и перспективного.

2. Такие связи оказались наиболее прочными и выраженными, главным образом, среди жителей так называемых малых городов с численностью менее 100 тысяч человек (Озёрск,

Карабаш, Сатка, Златоуст). Это проявляется, во-первых, в намерении сохранить место жительства (не переезжать в другие города, регионы, страны), а также в доминировании позитивных, а главное – личных, частных ассоциаций с родными городами («город-дом», «город детства» и пр.).

В целом при формировании ассоциативного образа города заметно ценностное доминирование экзистенциальных (а не рационально-критических) связей, которые проявляются в преобладании эмоциональных реакций, личного отношения к городу над его объективно-пространственными, инфраструктурными, производственно-экономическими параметрами.

В крупных городах (Челябинск, Магнитогорск) биографическая и эмоциональная связь жителей с местом их проживания значительно слабее. Они намного чаще выражают намерение сменить место жительства и характеризуют родные города через негативные и безличные ассоциации («экологические проблемы», «город-завод», «провинциальный город» и пр.).

3. Эмоциональная и деятельная включенность горожан в различные процессы жизни города (показатель «действенной сопричастности») реализуется через участие в официальных городских мероприятиях, направленных на сохранение памяти (День города и Парад Победы), а также проявлена в виртуальных форматах кооперации жителей (онлайн-активность).

Большинство горожан, несмотря на декларируемый интерес к вопросам и проблемам городской жизни, в реальности не конвертируют эту заинтересованность в активные практики объединений и формы социальной активности.

4. В отношении Челябинска, Магнитогорска, Озёрска и Карабаша можно говорить о том, что в информационном пространстве имидж этих городов и, вероятно, сформированная ментальность их жителей как объективное основание внешне-информационного позициони-

рования закрепляется в виде устойчивой маркировки промышленного анклава («город как промышленный центр», «город как завод», «город как место производства», «город как источник экологических проблем»).

Иная информационная картина внешнего позиционирования связывается с городами Златоуст и Сатка. И в том, и в другом случаях жители определяют транслируемую информацию о своем городе преимущественно в контексте природных и культурных достопримечательностей, находящихся на территории города или вблизи него.

5. Мемориальные связи респондентов с местом проживания оказались относительно непрочными во всех исследуемых городах. Мы отмечали, что жители малых городов выстраивают ассоциации с родным городом в спектре теплых интимных категорий-эмоций «детства», «дома», «семьи». Однако на практике мемориальный городской ландшафт оказывается ими практически не освоенным. Это проявляется в двух основных аспектах. Во-первых, в низкой интенсивности взаимодействия респондентов с мемориальной инфраструктурой городской среды (памятные места, мемориальные комплексы, места поминовения и пр.). А во-вторых, в преобладании пассивных форм персональной и семейной мемориальной активности (просмотр семейных фотографий, отмечание юбилеев и иных семейных праздников), то есть таких форм, которые не требуют от человека особенных временных, интеллектуальных, материальных усилий. Это справедливо для респондентов всех исследуемых городов с более яркой проявленностью у жителей крупных индустриальных центров – Челябинска и Магнитогорска.

Обозначенные нами общие черты городской идентичности жителей индустриальных городов Южного Урала не отменяют и не нивелируют её специфики применительно к каждому отдельному населенному пункту. Поэтому на основании полученных исследовательских данных мы выделили шесть разных типов город-

ской идентичности. Их детальное описание представлено в монографической работе «Культура памяти в структуре идентичности жителей индустриальных городов» [8]. В рамках данной статьи мы лишь наметим общие контуры каждого типа.

1. Челябинск. Проблемно-пограничный тип. Характеризуется доминирующей негативной оценкой города как индустриального центра с серьезными экологическими проблемами, заброшенного и ненужного местным властям. Эти характеристики проходят красной нитью сквозь все ответы респондентов. Естественным продолжением такого положения вещей является стремление челябинцев к смене места территориальной локализации и высокий уровень конфликтности. Однако у такого типа идентичности есть и созидательный потенциал, раскрывающийся в привязанности к городу по принципу «несмотря ни на что» и выражающийся в любви к нему как месту рождения, месту жительства выдающихся людей, месту богатой и славной истории («Челябинск – город трудовой славы и доблести»).

2. Магнитогорск. Условно-лояльный тип. Несмотря на схожесть Магнитогорска и Челябинска (оба – промышленные центры, оба – эпицентры экологического неблагополучия), магнитогорцы демонстрируют значительно более высокую лояльность в отношении своей малой Родины. В их оценках присутствует значительно большее число положительных ассоциаций, как в контексте личной эмоциональной оценки («город – дом», «город трудовой славы» и др.), так и в контексте информационно-имиджевого посыла. Жители Магнитогорска четко понимают имеющиеся проблемы, однако перефокусируют собственное недовольство ими на позитивные позиции (вклад города в экономическое развитие страны, в Великую Победу и пр.).

3. Златоуст. Рутинный тип. Отношение златоустовцев к своему городу описывается, главным образом, через категории пассивности и инертности. С одной стороны, они не вербализируют негативного отношения к городу, воспринимая его

как город детства и источник природных богатств, с другой – не воспринимают его как перспективное место для проживания и сферу приложения собственных усилий.

4. Озёрск. Эмпатийный тип. Во многом детерминирован закрытым статусом города и особыми условиями проживания в нем (в том числе сложившейся ещё в советское время особенно качественной социальной, экономической, культурной инфраструктурой). В целом озерчане демонстрируют высокий уровень лояльности к городу, заинтересованность в его жизни и готовность принимать в ней самое активное участие, осознание собственной уникальности и стремление к сохранению личных связей с ним (эмоциональных, территориальных и пр.).

5. Карабаш. Ресурсный тип. Несмотря на острые экологические и социально-экономические проблемы Карабаша, на практически уничтоженную в 1990-е годы производственную и социокультурную инфраструктуру, его жители фокусируются, во-первых, на огромной роли, которую город сыграл в Великой Отечественной войне, на его истории как уникального промышленного центра, а во-вторых, на образе «светлого будущего», в которое они верят. Это предопределяет высокий уровень лояльности жителей к городу, заинтересованность в его развитии, желание быть не просто свидетелем, но и активным участником его возрождения. В данном случае, на наш взгляд, срабатывает культурно-терапевтический механизм [9, с. 54], при котором на фоне объективных негативных факторов жизни карабашцы (при поддержке местных властей) генерируют компенсаторную модель реагирования, основанную на позитивной мифологизации как прошлого, так и будущего.

6. Сатка. Позитивный тип. Несмотря на набор типичных проблем, сопровождающих функционирование любого

индустриального моногорода, респонденты воспринимают Сатку как город детства, культуры и возможностей (а не как эпицентр экологической катастрофы или город-завод). Эта позиция, в сравнении с ответами жителей других городов, является уникальной, поскольку не просто демонстрирует готовность жителей сохранять свою территориальную прописку, но и обоснованную готовность связать собственную жизнь с малой Родиной. В целом ответы саткинцев характеризуются максимальной позитивностью, лояльностью как к городу в целом, местным властям, так и к его промышленно-производственному статусу. Отдельно стоит отметить высокий уровень реальной и виртуальной кооперации жителей Сатки, то есть их готовность включаться в решение существующих и предотвращение потенциальных проблем.

Феномен городской идентичности сложен и многогранен. Он обладает огромным числом исследовательских точек роста, отражающих без преувеличения бесконечное разнообразие проблемных ракурсов. И дело не только в наличии актуального урба-кризиса, в терминологии М. Арефи, или бесконечных трансформаций, обновлений, мутаций символов и форм, лежащих, с точки зрения К. Линча, в основе любой городской среды. Причина ещё и в том, что С.Б. Синецкий обозначил в терминах общечеловеческого противостояния стремления к разнообразию и обретению идентичности [10]. И пока это противостояние не исчерпало себя, пока противоречие между потребностью в познании иного и обретении себя не нашло созидательного разрешения, феномен городской (и шире – любой) идентичности будет занимать лидирующие позиции в списке наиболее актуальных исследовательских трендов.

## Список литературы

1. Lynch K. The Image of the City. Cambridge: MIT Press, 1960. 195 p.
2. Нора П. Франция – память / пер. с фр. Д. Хапаевой. Санкт-Петербург: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 1999. 333 с.

3. Arefi M. Non-Place and Placelessness as Narratives of Loss: Rethinking the Notion of Place // *Journal of Urban Design*. 1999. Vol. 4, № 2. P. 179-193.
4. Лэндри Ч. Креативный город / пер. с англ.: В. Гнедовский, М. Хрусталёва. Москва: Издат. дом «Классика XXI века», 2006. 399 с.
5. Nientied P. Hybrid Urban Identity – The Case of Rotterdam // *Current Urban Studies*. 2018. Vol. 6, № 1. P. 152-173.
6. Правоторова А.А., Кондратьева У.Г. Теоретические основания исследования городской идентичности // *Творчество и современность*. 2018. № 2 (6). С. 69-79.
7. Тимофеева Т.С., Озерина А.А., Голубь О.В. Разработка инструментария для исследования основных факторов формирования городской идентичности // *Человеческий капитал*. 2021. № 4 (148). С. 142-150.
8. Шуб М.Л. Культура памяти в структуре идентичности жителей промышленных городов. Челябинск: ЧГИК, 2021. 283 с.
9. Соковиков С.С., Цукерман В.С. Компенсаторный механизм культуры: заметки на полях работы А.Я. Флиера // *Вестник культуры и искусств*. 2021. № 1 (65). С. 53-63.
10. Синецкий С.Б., Шуб М.Л. Культурная политика в контексте противоречий разнообразия и идентичности // *Вестник культуры и искусств*. 2021. № 3 (67). С. 75-84.

### Сведения об авторе:

**Шуб Мария Львовна**, доктор культурологии, доцент, профессор кафедры философии и культурологии Челябинского государственного института культуры

ул. Орджоникидзе, 36а, Челябинск, 454091  
shubka\_83@mail.ru

Дата поступления статьи: 18.08.2022

Одобрено: 23.09.2022

Дата публикации: 28.09.2022

### Для цитирования:

Шуб М.Л. Специфика городской идентичности жителей промышленных городов Южного Урала (по материалам массового опроса) // *Сфера культуры*. 2022. № 3 (9). С. 13-20. DOI: 10.48164/2713-301X\_2022\_9\_13

УДК 316.347:316.356.4(234.853)

DOI: 10.48164/2713-301X\_2022\_9\_13

**M.L. Shub**

Chelyabinsk

The Chelyabinsk State Institute of Culture

shubka\_83@mail.ru

## SPECIFICITIES OF THE URBAN IDENTITY OF INDUSTRIAL CITY RESIDENTS IN THE SOUTHERN URALS (BASED ON THE MATERIALS OF A MASS SURVEY)

The research deals with the comprehension of urban identity. On the one hand, this phenomenon is understood as a set of authentic features and characteristics (inherent in a particular city)

that perform an attributive function and reveal the specificity of the phenomenon. On the other hand, urban identity is considered as both the process and result of a particular person's identification with the



city, which is associated with an acceptance of the local identity and is accompanied by an emotional self-inclusion into the realm of both object and symbolic urban environment. The main results of the research of the urban identity of residents of several industrial cities in the Southern Urals (such as Chelyabinsk, Magnitogorsk,

Zlatoust, Ozyorsk, Karabash, and Satka), performed through a mass survey of 1050 people, are presented in the article.

**Keywords:** local identity, urban identity, urban environment, the Southern Urals, Chelyabinsk, Magnitogorsk, Zlatoust, Ozyorsk, Karabash, Satka.

## References

1. Lynch, K. (1960) *The Image of the City*. Cambridge: MIT Press. (In English).
2. Nora, P. (1999) *Franciya – pamyat'* [France is the Memory]. Transl. from French by D. Khapayeva. Saint Petersburg: the Saint Petersburg University's Publishing House. (In Russian).
3. Arefi, M. (1999) Non-Place and Placelessness as Narratives of Loss: Rethinking the Notion of Place. *Journal of Urban Design*, Vol. 4, No. 2, 179-193. (In English).
4. Le'ndri, Ch. (2006) *Kreativnyj gorod* [Charles Landry. The Creative City]. Transl. from Eng. by V. Gnedovsky & M. Khrustalyova. Moscow: Classics of the 21<sup>st</sup> Century. (In Russian).
5. Nientied, P. (2018) Hybrid Urban Identity – The Case of Rotterdam. *Current Urban Studies*, Vol. 6, No. 1, 152-173. (In English).
6. Pravotorova, A.A., Kondrat'eva, U.G. (2018) *Teoreticheskie osnovaniya issledovaniya gorodskoj identichnosti* [Theoretical Grounds of the Urban Identity Research]. *Tvorchestvo i sovremennost'* [Creativity and Modernity], No. 2 (6), 69-79. (In Russian).
7. Timofeeva, T.S., Ozerina, A.A., Golub', O.V. (2021) *Razrabotka instrumentariya dlya issledovaniya osnovnykh faktorov formirovaniya gorodskoj identichnosti* [The Development of a Toolkit for the Study of the Main Factors of the Urban Identity Formation]. *Chelovecheskij kapital* [The Human Capital], No. 4 (148), 142-150. (In Russian).
8. Shub, M.L. (2021) *Kul'tura pamyati v strukture identichnosti zhitelej industrial'nykh gorodov* [The Culture of Memory within the Structure of the Identity of Industrial City Residents]. Chelyabinsk. (In Russian).
9. Sokovikov, S.S., Cukerman, V.S. (2021) *Kompensatornyj mexanizm kul'tury: zametki na polyax raboty A.Ya. Fliera* [The Compensatory Mechanism of Culture: Notes on the Margins of Andrei Fliere's Work]. *Vestnik kul'tury i iskusstv* [The Bulletin of Culture and Arts], No. 1 (65), 53-63. (In Russian).
10. Sineckij, S.B., Shub, M.L. (2021) *Kul'turnaya politika v kontekste protivorechij raznoobraziya i identichnosti* [Cultural Policy in the Context of Contradictions between Diversity and Identity]. *Vestnik kul'tury i iskusstv* [The Bulletin of Culture and Arts], No. 3 (67), 75-84. (In Russian).

## About the author:

**Maria L. Shub**, Doctor of Culture Studies, Associate Professor, Professor of the Philosophy and Culture Studies Department of the Chelyabinsk State Institute of Culture

36a Ordzhonikidze Str., Chelyabinsk, 454091, Russia  
shubka\_83@mail.ru