

Н. Г. Федотова  
<https://orcid.org/0000-0003-4225-3666>

### Urban imaginary как символический капитал города

Выполнено при финансовой поддержке РФФИ и Новгородской области в рамках научного проекта № 17-13-53001 «Символический капитал места как конкурентное преимущество территории»

Современные городские исследования («urban studies») характеризуются повышенным научным интересом к изучению символических практик, которые конструируют городской образ. Данная ситуация обусловлена символическим сдвигом, который актуализировал, в том числе, изучение коллективного воображения города, сложившегося в рамках концепта «urban imaginary» (дословно – «городское воображаемое»). Urban imaginary представляет собой синтез реальных и виртуальных коллективных представлений о городе. Несмотря на популярность данного концепта в зарубежных трудах, исследования urban imaginary в российской науке немногочисленны и фрагментарны. Автор не только раскрывает особенности концепта «urban imaginary» и его связь с категориями «образ города» и «коллективная память», но и развивает тезис о том, что данный феномен может рассматриваться как один из источников символического капитала города, обеспечивая городу узнавание, известность или престиж. В работе подчеркивается, что город воспринимается нами через область воображаемого, которое функционирует в символической сфере, где борются имиджи, образы, звания, статусы городов. При этом коллективная сущность urban imaginary обеспечивает воображению символическую власть.

Символический капитал города концентрируется в тех ресурсах, которые приносят ему символическую прибыль: известные личности (гений места), бренд, уникальное производство, природные особенности, история и культура города и пр. Чтобы раскрыть механизм работы символического капитала города, необходимы исследования процессов представления города в обществе, в том числе и в виртуальной среде. На решение данной задачи могут быть направлены исследования urban imaginary. В связи с этим в статье рассматриваются условия успешной «вообразимости» города и способы конструирования urban imaginary через актуализацию репертуара воображаемых смыслов в городских практиках.

Ключевые слова: символический капитал города, «городское воображаемое», urban imaginary, образ города, городская идентичность.

N. G. Fedotova

### Urban Imaginary as a Symbolic Capital of the City

A modern urban research is characterized by the increased scientific interest in the study of symbolic practices that construct the city image. This situation is caused by the symbolic shift that actualized, in particular, the study of the collective imagination of the city, developed under the concept of «urban imaginary». Urban imaginary is a synthesis of real and virtual collective ideas about the city. Despite the popularity of this concept in foreign studies, the study of urban imaginary in the Russian science is very fragmentary. The author not only reveals the characteristics of the concept «urban imaginary» and its relationships with the categories of «image of the city» and «collective memory», but also develops the thesis that this phenomenon can be considered as one of the sources of symbolic capital of the city, bringing the city recognition, fame or prestige. The work emphasizes that the city is perceived through the area of the imaginary, which functions in the symbolic sphere, where images of cities, urban titles and statuses are struggling. The collective essence of urban imaginary provides symbolic power for the imagination.

The symbolic capital of the city is concentrated in those resources which bring a symbolic profit: the well-known personalities (genius loci), brand, unique production, the natural features, history and culture of the city, etc. In order to reveal the mechanism of the symbolic capital of the city, it is necessary to study the processes of representation of the city in society, including virtual environment. The solution of this problem can be achieved by the study of urban imaginary. Therefore, the article examines the conditions of successful «imaginability» of the city and the methods of designing the urban imaginary through the actualization of the repertoire of the imagined meanings in urban practices.

Keywords: symbolic capital of the city, urban imaginary, image of the city, urban identity.

Современный философский и культурологический дискурс характеризуется повышенным вниманием к исследованиям символических практик, конструирующих социальную реальность. Те из них, которые производят городскую образность, все чаще становятся предметом го-

родских исследований («urban studies»). Данная ситуация обусловлена символическим сдвигом, актуализирующим, в том числе, изучение коллективного воображения города, сложившегося в рамках концепта «urban imaginary».

**Концепт «urban imaginary».** Urban imaginary (дословно – «городское воображаемое») представляет собой синтез реальных и виртуальных коллективных представлений о городе. Исследования urban imaginary весьма популярны и, как показывает мировой опыт, имеют междисциплинарный характер. Так, с помощью концепта «urban imaginary» научный коллектив культурологов, социологов, урбанистов, искусствоведов показал, как люди представляют и воспринимают города в эпоху глобализации [15]. В подобных исследованиях авторы демонстрируют, что город живет, прежде всего, в нашем воображении, и раскрывают важность исследований urban imaginary, поскольку через акты воображения скрепляется коллективное ощущение связанности городского пространства. Мы сталкиваемся напрямую лишь с фрагментами города, следовательно, город «существует только в наших головах или в рассуждениях тех, кто работает в области различных видов искусства и средств массовой информации: телевидение, пресса, театр, радио, кино, романы, DVD-диски» [16, с. 2].

Воображаемые сообщества стали предметом научных изысканий гораздо раньше современных попыток познания городских практик сквозь призму urban imaginary, а именно после появления трудов Бенедикта Андерсона. Он отмечал, что мы воображаем любое сообщество, в котором нет прямых контактов [2, с. 23]. Воображаемое сообщество, включая и городское, скрепляется представлениями людей о других людях, оно поддерживается чувством общности с ними, а наличие символической связи между этими людьми существует благодаря воображению. Подобные выводы существуют и в историко-культурологических исследованиях воображаемого мира той или иной эпохи. Так, в работах Жака Ле Гоффа представлена специфика воображаемого мира Средневековья [7].

**Urban imaginary и гиперреальность города.** Современный академический дискурс, разворачивающийся вокруг концепта «urban imaginary», имеет различные векторы. Один из них сосредоточен вокруг проблемы гиперреальности города, которая основана на символической природе воображаемого и разоблачении «ложности» городских образов. Современный урбанист Эдвард Сойя называет города, порожденные современными виртуальными коммуникациями и электронными сетями, невидимым «гиперкосмосом» [12, с. 134]. Ссылаясь на Ж. Бодрийяра и его теорию гиперреальности, он отмечает, что репре-

зентация города или его имидж приобретают больший вес перед реальной территорией.

По мнению этнографа Марка Оже, «город существует благодаря сфере воображаемого» [11]. Он выделяет три символических типа города: город-память, город-встреча, а также город-фикция, порожденный фиктивными образами и экранными отражениями. Такие города-симулякры (говоря словами Ж. Бодрийяра) в информационную эпоху стали доминирующим типом городов. В результате смешения реального и нереального возникает гиперреальность города или urban imaginary, когда реальный город воображается путем его представления в социальных сетях или на картинках журналов. Так, воображение города происходит через чтение книг, которые погружают в городскую атмосферу, или просмотр фотографий, формирующих представления о городе. Но фотографии, репрезентирующие городские пейзажи или архитектурные памятники, делаются, как правило, с удачного ракурса. По словам М. Оже, туристам, которые путешествуют по объектам города, предлагается купить фотографию или видеосъемку этого же города, который изображен в версии лучшей, чем он есть в реальности. Мир стремится быть «видимым, фотографируемым, снятым на кино и фото пленку и, в конечном счете, быть спроецированным на экране» [11].

Город воспринимается нами через область воображаемого, которое функционирует в символической сфере. Символическое, работающее путем эксплуатации образа, в итоге формирует процесс воображения города. Ведь символическое теперь, как говорит Ж. Бодрийяр, уже «не понятие... но акт обмена и социальное отношение, кладущее конец реальному...» [3, с. 243]. Символическое производство впечатлений о городе, по сути, есть бесконечное производство «симулякров», и именно они становятся частью нашей повседневной практики.

Однако обозначенные взгляды могут иметь и прикладной аспект, если воспользоваться противоположной логикой. В данной работе мы развиваем тезис о том, что города, которые воспользовались возможностью эксплуатации значения и сформировали свою гиперреальность, в итоге получили определенную прибыль в виде повышения значимости или известности города. Иными словами, urban imaginary может рассматриваться, в том числе, и как один из источников символического капитала города, способный притягивать людей и ресурсы.

**Символический капитал города и urban imaginary.** Теория символического капитала впервые была обоснована в трудах известного социолога, философа Пьера Бурдьё, который полагал, что символический капитал – это капитал доверия, капитал связей, репутация, доброе имя, честь [4, с. 233]. Но применимость его теории не ограничена полем власти, поскольку символический капитал может принадлежать не только социальному слою или человеку, но и отдельной территории. Мы полагаем, что символический капитал города – это совокупность значений (смыслов), которые обеспечивают городу узнаваемость, известность, престиж, доверие со стороны различных социальных групп. Изучение условий и практик, позволяющих «накопить» символический капитал места [13], становится сегодня все более популярным, что связано с теми условиями, в которых оказались города в век глобализации и конкуренции территорий.

Символический капитал города концентрируется в тех ресурсах, которые приносят ему символическую прибыль: известные личности (гений места), городской бренд, уникальное производство, природные особенности, история и культура города. Отсюда, например, символический капитал Ярославля концентрируется в его уникальных храмах, территории Прибайкалья – в неповторимости озера Байкал, Волгограда – в его военной славе. Между тем символический капитал города – это не сам городской миф или памятник, а его известность или значимость, формирующая представления людей о наличии в городе благоприятных условий для жизни и работы или гарантирующая яркие впечатления после его посещения.

Исследования символического капитала города предполагают не только изучение факторов его роста (так, в медиа разворачивается основная борьба за символический капитал), или учет того, что репертуар престижных мест зависит от доминирующих ценностей и стереотипов. Не менее важным представляется и анализ тех феноменов, которые раскрывают механизм работы символического капитала города. Среди них и urban imaginary, позволяющее акцентировать внимание исследователя на представлении города в обществе (в том числе в виртуальной среде). Так, urban imaginary может приносить прибыль городу, когда люди стремятся прикоснуться к историческому месту, представляя значимость событий, которые тут происходили, или

вообразить, например, мир купеческого города (Коломна).

Коллективная сущность urban imaginary обеспечивает воображению символическую власть. Исследователи полагают, что «воображаемое» города превращается в символическую сферу, где и происходит конкурентная борьба за пространство [8, с. 107]. В этой символической сфере воображаемого борются имиджи, бренды и образы городов, а также звания и статусы. Как свидетельствуют исследования Ш. Зукин, urban imaginary делает место более значимым, оно способно привлечь людей и тем самым улучшить городскую среду [17]. И залогом успешного «воображения» является наличие аутентичности города, делающее территорию отличимой и привлекательной. Ведь «каждый город имеет свою доминанту» [5, с. 253], которая и может быть капитализирована.

Между тем, рассматривая urban imaginary как символический капитал, следует отметить, что коллективное воображаемое города структурируется по-разному у жителей города, воображающих свой город и всех тех, кто живет за его пределами. Соответственно, внутренний символический капитал воображаемого города сосредоточен в процессах позитивной городской идентичности, способствующей росту патриотизма, городского самосознания, укреплению чувства сопричастности горожанина с городом, а внешний – в привлекательности городского образа. Поэтому в исследованиях urban imaginary часто осуществляется срез внутренних и внешних потоков символической информации о городе. Так, в стратегию изучения воображаемого пространства Выборга исследователями было включено сопоставление представлений о нем его жителей и жителей Петербурга [10]. Воображаемое таких городов, как Выборг, характеризуются сложной городской идентичностью, обусловленной историческими, геополитическими, этноконфессиональными факторами. Однако, как показали результаты данного исследования, Выборг воображается обеими группами респондентов как «единое культурное целое, без вычленения русских/шведских/финских составляющих» [10, с. 150].

**Urban imaginary и образ города: особенности исследований.** Процесс эмпирического познания urban imaginary, практик его производства весьма фрагментарен и не имеет устоявшейся методологии. Поэтому отправной точкой в исследованиях коллективного воображаемого города нередко

становится городской образ как важнейший репрезентант символической информации о городе. Образ города – это и средство, и результат коллективного воображения города. Согласно К. Касториадису, коллективное воображаемое «представляет собой непрерывное, по сути своей необусловленное творчество ... символов/форм/образов» [6, с. 8].

Вместе с тем феномен *urban imaginary* включает не только процесс формирования городского образа, но и то, как, с помощью каких практик и коммуникативных траекторий воображается город. Данная ситуация вызывает необходимость применения качественных срезов первичной информации, которые позволили бы выявить коллективные представления о духе и атмосфере города, о событиях города и элементах городской среды, о специфике городского пространства, динамике или звуках города, а также людях, проживающих в нем. Теоретический анализ показал, что чаще всего для этого применяются те же подходы, что и для изучения городского образа: глубинные интервью и методика ментальных (вообразимых) карт, которую ввел в науку еще Кевин Линч. Известный урбанист полагал, что «вообразимость» города работает на основе формы, цвета или композиции, которые способны облегчить формирование городского образа [9, с. 21]. Задаваясь вопросом о том, как люди воспринимают города, он отмечал, что те города, которые обладают более ясным и устойчивым образом, могут быть более «вообразимыми», приводя в пример Венецию как один из наиболее вообразимых городов.

На основе методики вербализированных ментальных карт нами в 2016–2017 гг. было проведено исследование образа Великого Новгорода, в рамках которого респонденты не изображали, а вербально воспроизводили то, каким они видят свой город. Некоторые результаты данного исследования, которое не предполагало изучения коллективного воображаемого, все же частично могут быть использованы для наполнения комплексной карты «*urban imaginary* Великого Новгорода» (полученные сведения формируют лишь внутренний компонент символического капитала города, поскольку отражают мнение горожан). В частности, мы установили, что город воображается жителями города, прежде всего, как древний город, несмотря на стремления местных элит делать ставку на современность в городских практиках. Внутреннее ядро *urban imaginary* Великого Новгорода составляют богатая культура и история города, которые сосредоточены в значимости православных

храмов, Кремля и памятника «Тысячелетия России» для горожан, а также в наличии ганзейского прошлого и демократических традиций, связанных с новгородской республикой. Отсюда и новгородцы видят себя как людей образованных, гостеприимных, доброжелательных, неторопливых, любознательных, талантливых. Композиция *urban imaginary* складывается и из ментального восприятия города его жителями, которое может быть получено путем описательных характеристик. Великий Новгород воспринимается горожанами как провинциальный, исторический, зеленый, уютный, спокойный, и в этом состоит конкурентное преимущество города, которое следует позиционировать для различных целевых аудиторий.

**Конструирование *urban imaginary*.** Символический потенциал *urban imaginary* заключается в том, что оно не только отражает, но и детерминирует городскую реальность. *Urban imaginary* влияет на городские образы, на когнитивное и эмоциональное восприятие города и, наконец, на поведение социальных групп. И для того, чтобы *urban imaginary* формировало преимущества города, его значимость для различных социальных групп и поддерживало эмоциональную привязанность к месту, необходимо конструировать устойчивую «вообразимость» города или хотя бы прогнозировать тенденции коллективного воображения города.

С одной стороны, *urban imaginary* стихийно, оно «живет» в многочисленных городских текстах (визуальных, вербальных и пр.), с которыми постоянно взаимодействует человек. С другой стороны, процесс коллективного воображения города обусловлен рядом факторов, которые детерминируют воображаемые городские смыслы. Кроме того, *urban imaginary* ментально укоренено и генерируется в тех практиках города, которые непосредственно связаны с символическим производством, а значит, воздействуют на значимость города. Сюда следует отнести как культурные практики, например, культурные проекты и события (выставки, фестивали, экскурсии), которые актуализируют городские смыслы, так и творчество (музыка, кинематограф, скульптура), в котором производятся значения города. Кроме того, сюда относится сфера политики, в частности, символический менеджмент как инструмент управления производством символов, а также медиадискурс, где аккумулируется символическая информация о городе и закрепляются значения. Нередко российские города обладают богатым символическим потен-

циалом, однако он не всегда событийно представлен в городской среде и слабо культивируется, что сказывается на urban imaginary.

Так В. В. Абашев на примере города Перми показывает, что городские тексты, с которыми сталкивается посетитель города, не всегда способны отразить его (города) особенности. Он отмечает, что «воображаемое о Перми оказывается несравненно богаче той бедной и стертой фактуры, которая открывается перед глазами...» [1, с. 139]. В связи с этим, он полагает, что важно активно конструировать в городском пространстве латентные, забытые структуры памяти, которые хранят уникальность города.

Таким образом, успешная «вообразимость» города во многом зависит от репертуара воображаемых смыслов, которые присутствуют в многослойной коллективной памяти и активно воспроизводятся в городских практиках. Воображаемое – это отражение коллективной памяти, которая представляет собой аккумулятор значений территорий. Говоря иначе, urban imaginary является проекцией чувственно-эмоционального опыта и практик, следов коллективной памяти, которые формируют воображение о городе, его отличие от других городов [14, с. 46]. И особое значение в таких практиках приобретает интерпретация прошлого, а также постоянная актуализация значений города в его символах и памятных местах, в праздниках, фестивалях и промыслах, в музеях и творческих центрах, способствующая через коллективное воображение города росту его символического капитала.

#### Библиографический список

1. Абашев, В. В. Городское пространство как аккумулятор коллективной памяти [Текст] / В. В. Абашев // Вестник Пермского университета. Серия: Политология. – 2014. – № 2. – С. 136–148.
2. Андерсон, Б. Воображаемые сообщества [Текст] / Б. Андерсон. – М. : КАНОН-пресс-Ц, 2001. – 288 с.
3. Бодрийяр, Ж. Символический обмен и смерть [Текст] / Ж. Бодрийяр. – М. : Добросвет, 2000. – 387 с.
4. Бурдые, П. Практический смысл [Текст] / П. Бурдые. – СПб. : Алетейя, 2001. – 562 с.
5. Злотникова, Т. С. Душа и тело города [Текст] / Т. С. Злотникова // Город как сцена. История. Повседневность. Будущее. Интернациональный научно-исследовательский альманах : в 2 т. Т. 1 / отв. ред. Е. Бурлина. – Самара : Медиа-книга, 2015. – С. 251–266.
6. Касториадис, К. Воображаемое установление общества [Текст] / К. Касториадис. – М. : Логос, 2003. – 480 с.

7. Ле Гофф, Ж. Средневековый мир воображаемого [Текст] / Ж. Ле Гофф. – М. : Прогресс, 2001. – 440 с.

8. Линднер, Р. Текстура, воображаемое, габитус: ключевые понятия культурного анализа в урбанистике [Текст] / Р. Линднер // Собственная логика городов. – М. : Новое литературное обозрение, 2017. – С. 101–117.

9. Линч, К. Образ города [Текст] / К. Линч. – М. : Стройиздат, 1982. – 328 с.

10. Рябова, Л. К., Валегина, К. О. Восприятие города: Выборг как кросскультурное пространство [Текст] / Л. К. Рябова, К. О. Валегина // Труды исторического факультета СПбГУ. – 2015. – № 24. – С. 142–152.

11. Оже, М. От города воображаемого к городу-функции [Электронный ресурс] / М. Оже // Художественный журнал. – 1999. – № 24. – URL: <http://www.guelman.ru/xz/362/xx24/x2402.htm>

12. Соля, Э. Постметрополис. Критические исследования городов и регионов [Текст] / Э. Соля // Логос. – 2003. – № 6(40). – С. 133–150.

13. Федотова, Н. Г. Культурные практики в контексте формирования символического капитала места [Текст] / Н. Г. Федотова // Обсерватория культуры. – 2017. – Т. 14. – № 5 – С. 550–557.

14. Bloomfield J. (2006) Researching the Urban Imaginary: Resisting the Erasure of Places // European Studies: A Journal of European Culture, History and Politics, No 23 pp. 45–61.

15. Other Cities, Other Worlds: Urban Imaginaries in a Globalizing Age (2008) Durham, North Carolina: Duke University Press. 336 p.

16. Urban Imaginaries: Locating the Modern City (2007) / Çınar A., Bender T. University of Minnesota Press. Minneapolis, London. 290 p.

17. Zukin S. Whose Culture? Whose City? (2001) The Paradoxical Growth of a Culture Capital [Electronic resource] // Cultures of World Cities Conference. Hong Kong / URL: [http://www.cpu.gov.hk/en/events\\_conferences\\_seminars/conference\\_20010731.html](http://www.cpu.gov.hk/en/events_conferences_seminars/conference_20010731.html)

#### Bibliografičeskij spisok

1. Abashev, V. V. Gorodskoe prostranstvo kak akkumuljator kollektivnoj pamjati [Tekst] / V. V. Abashev // Vestnik Permskogo universiteta. Serija: Politologija. – 2014. – № 2. – S. 136–148.
2. Anderson, B. Vooobrazhaemye soobshhestva [Tekst] / B. Anderson. – M. : KANON-press-C, 2001. – 288 s.
3. Bodrijjar, Zh. Simvolicheskiy obmen i smert' [Tekst] / Zh. Bodrijjar. – M. : Dobrosvet, 2000. – 387 s.
4. Burd'e, P. Praktičeskij smysl [Tekst] / P. Burd'e. – SPb. : Aleteja, 2001. – 562 s.
5. Zlotnikova, T. S. Dusha i telo goroda [Tekst] / T. S. Zlotnikova // Gorod kak scena. Istorija. Povsednevnost'. Budushhee. Internacional'nyj nauchno-issledovatel'skiy al'manah : v 2 t. T. 1 / отв. red. E. Burlina. – Samara : Media-kniga, 2015. – S. 251–266.

6. Kastoriadis, K. Voobrazhaemoe ustanovlenie obshhestva [Tekst] / K. Kastoriadis. – M. : Logos, 2003. – 480 s.
7. Le Goff, Zh. Srednevekovyj mir voobrazhaemogo [Tekst] / Zh. Le Goff. – M. : Progress, 2001. – 440 s.
8. Lindner, R. Tekstura, voobrazhaemoe, gabitus: kljucheveye ponjatija kul'turnogo analiza v urbanistike [Tekst] / R. Lindner // Sobstvennaja logika gorodov. – M. : Novoe literaturnoe obozrenie, 2017. – S. 101–117.
9. Linch, K. Obraz goroda [Tekst] / K. Linch. – M. : Strojizdat, 1982. – 328 s.
10. Rjabova, L. K., Valegina, K. O. Vosprijatie goroda: Vyborg kak krosskul'turnoe prostranstvo [Tekst] / L. K. Rjabova, K. O. Valegina // Trudy istoricheskogo fakul'teta SPbGU. – 2015. – № 24. – S. 142–152.
11. Ozhe, M. Ot goroda voobrazhaemogo k gorodufikcii [Elektronnyj resurs] / M. Ozhe // Hudozhestvennyj zhurnal. – 1999. – № 24. – URL: <http://www.guelman.ru/xz/362/xx24/x2402.htm>
12. Sojja, Je. Postmetropolis. Kriticheskie issledovaniya gorodov i regionov [Tekst] / Je. Sojja // Logos. – 2003. – № 6(40). – S. 133–150.
13. Fedotova, N. G. Kul'turnye praktiki v kontekste formirovaniya simbolicheskogo kapitala mesta [Tekst] / N. G. Fedotova // Observatorija kul'tury. – 2017. – T. 14. – № 5 – S. 550–557.
14. Bloomfield J. (2006) Researching the Urban Imaginary: Resisting the Erasure of Places // European Studies: A Journal of European Culture, History and Politics, No 23 pp. 45–61.
15. Other Cities, Other Worlds: Urban Imaginaries in a Globalizing Age (2008) Durham, North Carolina: Duke University Press. 336 p.
16. Urban Imaginaries: Locating the Modern City (2007) / Çınar A., Bender T. University of Minnesota Press. Minneapolis, London. 290 p.
17. Zukin S. Whose Culture? Whose City? (2001) The Paradoxical Growth of a Culture Capital [Electronic resource] // Cultures of World Cities Conference. Hong Kong / URL: [http://www.cpu.gov.hk/en/events\\_conferences\\_seminars/conference\\_20010731.html](http://www.cpu.gov.hk/en/events_conferences_seminars/conference_20010731.html)
3. Baudrillard J. Symbolical exchange and death / J. Baudrillard. – M. : Dobrosvet, 2000. – 387 pages.
4. Bourdieu P. Practical sense / P. Bourdieu. – SPb. : Aleteiya, 2001. – 562 pages.
5. Zlotnikova T. S. Soul and body of the city / T. S. Zlotnikova // City as scene. History. Daily occurrence. Future. International research almanac: in 2 v. V. 1 / editor-in-chief E. Burlin. – Samara: Media-Kniga, 2015. – Page 251–266.
6. Kastoriadis K. The imagined establishment of society / K. Kastoriadis. – M. : Logos, 2003. – 480 pages.
7. Le Goff J. The medieval world of imagined one / J. Le Goff. – M. : Progress, 2001. – 440 pages.
8. Lindner R. Texture, imagined, habitus: key concepts of the cultural analysis of urbanistics / R. Lindner // Own logic of the cities. – M. : Novoe Literaturnoe Obozrenie, 2017. – Page 101–117.
9. Linch K. Image of the city / K. Linch. – M. : Strojizdat, 1982. – 328 pages.
10. Ryabova L. K., Valegina K. O. Perception of the city: Vyborg as crosscultural space / L. K. Ryabova, K. O. Valegina // Works of the department of history of St.Petersburg State University. – 2015. – № 24. – Page 142–152.
11. Ozhe M. From the city imagined to the city fiction [An electronic resource] / M. Auger // the Art magazine. – 1999. – № 24. – URL: <http://www.guelman.ru/xz/362/xx24/x2402.htm>
12. Soiya E. Postmetropolis. Critical researches of the cities and regions / E. Soiya // Logos. – 2003. – № 6(40). – Page 133–150.
13. Fedotova N. G. Cultural practitioners in the context of formation of the symbolical capital of the place / N. G. Fedotova // Observatory of culture. – 2017. – V. 14. – № 5 – Page 550–557.
14. Bloomfield J. (2006) Researching the Urban Imaginary: Resisting the Erasure of Places // European Studies: A Journal of European Culture, History and Politics, № 23 pp. 45–61.
15. Other Cities, Other Worlds: Urban Imaginaries in a Globalizing Age (2008) Durham, North Carolina: Duke University Press. 336 p.
16. Urban Imaginaries: Locating the Modern City (2007) / Çınar A., Bender T. University of Minnesota Press. Minneapolis, London. 290 p.
17. Zukin S. Whose Culture? Whose City? (2001) The Paradoxical Growth of a Culture Capital [Electronic resource] // Cultures of World Cities Conference. Hong Kong / URL: [http://www.cpu.gov.hk/en/events\\_conferences\\_seminars/conference\\_20010731.html](http://www.cpu.gov.hk/en/events_conferences_seminars/conference_20010731.html)

#### Reference List

1. Abashev V. V. City space as accumulator of collective memory / V. V. Abashev // Bulletin of Perm University. Series: Political science. – 2014. – № 2. – Page 136–148.
2. Anderson B. The imagined communities / B. Anderson. – M. : KANON – press C, 2001. – 288 pages.