

А.К. Мокроусова

ОБРАЗЫ ГОРОДА КАК РЕСУРС АНАЛИЗА СОЦИАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА

Образ города — понятие, связанное с городским социальным пространством и коллективной идентичностью. Связывая пространство вокруг себя со значимыми событиями как в своей жизни, так и в более широких исторических рамках, человек придает ему определенный смысл, конструирует его, фактически создает пространство, которого не было до того момента, как человек его не описал тем или иным образом, не включил в ту или иную канву событий. В статье рассматриваются подходы различных исследователей к концепту образу города, анализируются как механизмы создания образа, так и способы его восприятия, а также предлагается сравнить различные уровни описания образов города — «иконический» и повседневный — и условия их трансформации. Изучаются причины существования и сосуществования различных интерпретаций одного и того же пространства.

Ключевые слова: социальное пространство, город, образ города, интерпретация.

Keywords: social space, city, city image, interpretation.

Социология города позволяет применять к своему предмету изучения достаточно широкий спектр теорий. Город можно исследовать, начиная от его связей с другими городами или его собственной структуры и заканчивая практиками и деталями повседневной жизни каждого отдельного горожанина, и тенденция склоняется, скорее, именно ко второму варианту рассмотрения: от акцентов, свойственных, например, Чикагской школе, внимание смещается к повседневной материальности, к действиям людей в пространстве, а также и к действиям с пространством в некоторой степени. Например, модель Стива Пайла дей-

ствует за счет внимания к объектам городской жизни, к которым обычно оно не привлечено («высокие здания или телефонные будки, могильные камни или статуи, граффити или рекламные щиты»): он «делает упор на изменяющихся смыслах “вещей” и основывается на прослеживании “вещей”, чтобы вытащить на свет их смыслы» (Pile 2005: 19, 24).

Вместе с тем, говоря о вещах, трудно уйти от анализа того, где они расположены. Примерно так же, как вещи составляют физическое пространство, смыслы и связи между ними, создаваемые людьми, составляют пространство социальное, о котором мы и будем говорить в данной статье. Исследования социального пространства являются не столь частыми в социологии города, хотя пространственное измерение может высветить не менее важные моменты, чем более привычные экономические, исторические, политические или культурные измерения.

Мы будем опираться на предположение о социальной сконструированности пространства людьми, как это делает, например, А. Лефевр, говоря, что «(социальное) пространство — это (социальный) продукт» (Lefebvre 1991: 26), или Э. Со́я (Soja), который пишет, что «места сконструированы вдвойне: большинство построены или в некотором роде физически вырезаны. Они также еще интерпретируются, описываются (narrated), воспринимаются, чувствуются, понимаются и воображаются» (Giegyn 2000: 465). Именно это свойство пространства быть почувствованным, представленным и далее описанным людьми является для нас важным, т. к. оно позволяет говорить о существовании некоторых коллективных общих образов одного и того же пространства, например, города. Конструирование социального пространства и есть в некотором роде создание его образа. Одно и то же пространство может быть проинтерпретировано различными людьми по-разному, соответственно, так могут возникнуть и различные образы одного и того же пространства. По мысли семиотика-архитектора Кевина Линча, широко использовавшего концепт образа города, обобщенный образ города складывается из индивидуальных; несмотря на то, что индивидуальные образы могут сильно различаться, в них всегда оказывается некое ядро, которое и позволяет составить обобщенный образ (Линч 1982: 20).

У К. Линча нет четкого определения образа города. Образ города связан с восприятием, с опытом, с окружением, с ассоциациями и воспоминаниями. В создании образа участвуют различные взаимодействующие чувства. Так, например, Линч пишет: «в процессе отыскания пути образ окружения, обобщенная мысленная картина окружающего материального мира в сознании человека имеют ключевое значение. Этот образ одновременно и результат непосредственного ощущения, и память о прошлом опыте, и он играет принципиальную роль как в осмыслении информации, так и в руководстве действием» (Там же: 17). Мы

будем подразумевать под «образом города» обобщенные описания его людьми, причем к описаниям могут относиться как сделанные устно или письменно, так и выполненные в графической форме, т. е. нарисованные схемы, планы города, картины (Линч, например, использовал все эти возможности).

Язык описания в социологии пространства не может быть единственным и, соответственно, единым. Так, Д. Харви считает, что «идея того, что существует некоторый “универсальный” язык пространства, семиотика пространства, независимая от практических действий и исторических акторов, должна быть отвергнута» (Harvey 1990: 216). Как пишет в этой связи А.Ф. Филиппов, поясняя сущность такого вида теоретической деятельности, как «элементарная социология», «дело не в том, чтобы предложить еще одну теорию, а в том, чтобы эффективно работать с имеющимися теоретическими ресурсами» (Филиппов 1995).

Любая из применяющихся социальных теорий имеет свои строго определенные возможности, т.е. «видит» и «не видит» те или иные вещи и процессы. Концепт «образа города» кажется интересным тем, что его можно попробовать применять, накладывая на различные теории: от неомарксистов до гуманитарных географов.

Пространство — часть того, как люди организуют свою жизнь, придают ей значение и создают чувство идентичности с тем, чем они хотят себя видеть. Задача социолога по отношению к образу города может быть обозначена, например, как попытка декодирования этого образа или, возможно, образов разных групп. Если мы примем предположение, что образы города во многом определены социально (нашими знаниями, общением, воспоминаниями), то, соответственно, цепочку можно попытаться развернуть и в обратную сторону.

Механизм создания образов подробно разъясняет в своих исследованиях, например, Стив Пайл, уделяя внимание тому, что влияет на их создание. Мы же сместим акцент скорее на то, как в результате изменения интерпретаций образы одного и того же пространства могут различаться, чем различаются, например, «иконический» и «повседневный» образы и о каких изменениях в социальной сфере могут свидетельствовать изменившиеся образы города.

Почему вообще важно обращать внимание на образы города? У каждого из исследователей, обращавшихся к подобным понятиям, есть свой ответ. Так, уже упомянутый Стив Пайл, большое внимание уделяющий фантазмагориям, снам и эмоциям города и в городе, считает, что неосознаваемые качества городов, их атмосфера и индивидуальность так же реальны, как и все остальное в городах, города могут быть сопоставлены именно через считывание этих различий в их индивидуальности (Pile 2005: 2). «Моя основная мысль в том, — пишет С. Пайл, — что глав-

ный акцент в рассуждениях, что же реально в отношении городов, должен быть сделан на формы эмоциональной работы, которая включает в себя городскую опыт» (Ibid: 3).

Однако у индивидуальности городов есть не только «методическая» ценность в виде критерия для сравнения, но и вполне реальная и жизненно важная самоценность для существования города в принципе. С. Ромашко считает, что этот индивидуальный характер города, его атмосфера, его осязаемое настроение зависят от устойчивости города во времени, от стабильности его временной оси, потому что «города умирают не тогда, когда с ними что-либо случается, а тогда, когда ломается их временная ось», ведь «города отстраивались после пожаров, землетрясений и наводнений, возрождались после свирепых эпидемий, переживали вражеские нашествия, смену населения, религии, государственной принадлежности», но, потеряв свою индивидуальность, свою временную ось, город уже не может быть восстановлен, как это произошло, например, с Троей (Ромашко 2002: 97).

Эдвард Сойа, анализируя построения А. Лефевра, говорит, что «человеческое общество и, в сущности, все формы социальных отношений и социальной жизни возникают, развиваются и меняются в материально реальном и социально воображаемом контексте городов» (Сойа 2008: 133–134), т. е. «социально воображаемый контекст», видимо, можно назвать синонимом образа города, потому что, действительно, каково бы ни было материальное окружение, в итоге все равно его восприятие и интерпретация очень сильно зависят от знаний людей об этом месте, об исторических, культурных, политических и прочих составляющих, от эмоций, вызываемых этим местом, заключенных в символах и воспоминаниях, соответственно, действия или формирование каких-то убеждений в итоге будут основываться на именно этом социально воображаемом контексте.

С.В. Пирогов занимает позицию, в чем-то сходную с С. Ромашко, утверждая, что конструирование образа города — необходимая научно-инженерная и идеолого-мировоззренческая задача, т. к. без создания и поддержания гармоничного образа город может если не погибнуть, то по крайней мере рискует появлением деструктивных форм восприятия города и деструктивных феноменов городской жизни, таких как ««исчезновение», «затерянность» районов — ситуация, когда жители (водители) ведут себя так, будто района нет; «безликость» района и акты вандализма по отношению к нему; семантический диссонанс, двусмысленность восприятия, расхождение между официальными и фактическими значениями и смыслами территории; «забытые», «потерянные» районы с разочарованными и раздраженными жителями; фрустрированность восприятия, чувства беспокойства, опасности» (Пирогов 2003).

Рассмотрим теперь кратко, как может происходить конструирование образа города. Стив Пайл, например, обращается к опыту психогеографии, которая дает возможность отмечать на картах человеческий опыт и эмоции, потому что, как он пишет, «времена и пространства города больше не являются самоопределяющимися, каждый элемент “переопределен” (“over-determined”), т. е. определен много раз поверх других: памятью, смыслом, социальными отношениями» (Pile 2005: 12), т. е. конструирование образа города связано в первую очередь с восприятием пространства жителями и с «закрепленностью» определенных эмоций и воспоминаний за определенными местами.

Люди сами привносят что-то в окружающее их пространство, фиксируют в памяти те места, которые используются ими повседневно для определенных функций и целей, а также те, которые ассоциируются с важными событиями в их жизни, и все это отражается на так называемых ментальных картах (Giegyn 2000: 472). Зафиксированные на этих картах места приобретают для жителей определенное значение, у них появляется «чувство места».

Однако не следует упускать из виду и обратное влияние, то, что не только люди самостоятельно конструируют места, наделяя их эмоциями: они принимают те значения, которые «диктует» пространство, будучи «естественным источником метафор для социального конструирования реальности. Метафоры определяют восприятие реальности, концентрируя эмоции, воспоминания и ассоциации, полученные в индивидуальном или групповом опыте» (Черняева 2006: 117).

Люди видят то, что раньше уже попало в наше сознание. Образы города конструируются через знания, воспоминания, эмоции, т. е. конструирование социального пространства и есть по факту создание его образа. Однако часто в одном и том же месте сосуществуют вещи, которые, казалось бы, могут дать абсолютно противоположные интерпретации пространства. Выбор зависит от конкретного наблюдателя, от того, турист ли он, например, или местный житель, от его знаний, опыта и взглядов. Важно помнить, что один образ не может дать полной картины, невозможно создать точное описание реальности, можно создать только одну из моделей. «Ландшафты города и снов должны быть проинтерпретированы с учетом того, — предостерегает нас С. Пайл, — что их поверхностные проявления, открываясь в них самих, будучи частью истории самой по себе, не представляют собой всю (the whole) историю» (Pile 2005: 56). Образов может быть столь же много, сколь и интерпретаций пространства.

Одни, казалось бы, и те же вещи в разных городах создают совершенно непохожие образы. Так, А. Бикбов приводит пример витрин в Москве и Париже («если в Париже прозрачная витрина — это прежде всего

проекционный экран потребления, то в Москве — декоративная ширма») и говорит, что даже уже эти различия «превращают Москву и Париж в разные города, отличимые с первого взгляда и передающие через тело различные социальные порядки: открытое стекло через аллюзию спокойствия (свободно открытое хрупкое) и доступного проникновения вносят свой вклад в ощущение одомашненности парижских улиц; а непрозрачные витрины (скрадывание собственного свойства стекла) — в материальную основательность и подслеповатую размашистость улиц московских» (Бикбов 2002: 160).

Несмотря на то, что пространство потенциально несет в себе огромное количество образов, возможно, удастся структурировать их по типам, посмотреть, как какой из них может меняться, как их можно описывать, как можно фиксировать их изменения.

Средства массовой информации, книги, фильмы, рекламные проспекты туристических агентств создают некоторый конвенциональный, «общепринятый» и легкодоступный образ города. Это чаще образ для туристов и образ, который легко принимают жители, но для них он скорее образ города, каким он должен, с их точки зрения, восприниматься. А. Лефевр называет объект, задающий тон, основную идею, атмосферу, характеристики и направление интерпретаций всему городу, его «иконой», поэтому создаваемый в итоге образ можно было бы, наверно, назвать «иконическим». «Париж имеет свою икону, — пишет А. Лефевр, — Эйфелеву башню. <...> Меньше чем за сто лет технический объект, который в свое время был технологическим манифестом, превратился в произведение искусства; ему приписываются эстетические качества: элегантность, гибкость, женственная привлекательность. Благодаря этой иконе видимый Париж приписывает эти качества и себе» (Лефевр 2008: 142).

Во многих городах, видимо, можно выделить основной и альтернативный, дополнительный образ, который формируется на менее «раскрученных» объектах, идеях, событиях города. Так, например, в Париже, о котором пишет А. Лефевр, «Эйфелева башня имеет своих соперников: другие монументы предлагают себя в качестве кандидатов на роль иконы: Собор Парижской Богоматери, Церковь Сердца Христа, Триумфальная арка и т. д. и т. п. Когда один из этих кандидатов добивается успеха, провозглашается икона: понятная, поучительная, упрощенная. Париж превращается в религиозный город, военный город, политический город» (Там же: 143). Таким образом, от выбора «иконы» зависит общее направление интерпретации города при обращении к его «иконическому» образу.

Надо заметить, что в сознании прохожих, несмотря на то, что они легко принимают подобные образы, формируется все же и «свой» личный образ, но он не всеохватывающий, а соотносится с их повседнев-

стью. «В легендарном, монструозном городе каждый имеет некий свой путь (из квартиры в школу, контору, на фабрику) и не слишком хорошо знаком с остальным. Эти знакомые путешествия составляют часть повседневной, практичной и обнадеживающей, но более ограниченной в сравнении со старой общинной жизнью», — пишет А. Лефевр (Там же: 141). Повседневный образ для каждого свой, но, как считает, например, К. Линч, можно выделить некое общее ядро и это и будет общим повседневным образом города, образом, который может различаться у разных групп и частично зависеть от способа сбора информации у респондентов. При этом один и тот же объект начинает интерпретироваться по-разному, даже шедевры мировой архитектуры, ради которых в тот или иной город приезжают туристы, для местных жителей в лучшем случае становятся ориентирами в запутанных и больших городах, потому что древнее наследие становится безличным в повседневной жизни, в силу того, что «то, что продолжается в сегодняшний день, — как пишет К. Линч, — эмоционально существеннее, чем отдаленное время, хотя далекое прошлое может казаться благороднее, таинственнее или загадочнее» (Линч 1982: 161). А. Лефевр так говорит об имевших когда-то большое значение и для местных жителей монументах: «в необычайно протяженной ткани города они играют роль ключевых точек, привязывая “узор” к земле и удерживая взгляд в ряде горизонтов и перспектив. Вынужденная иметь дело с ростом числа зданий, больших и малых, монументальность защищается и приобретает новое значение, парадоксальным образом остающееся конкретным в море абстракции, абстракции анонимных мест и безликого снования туда-сюда» (Лефевр 2008: 142).

Как часть повседневного образа города, вероятно, также можно выделить нежелательный образ, закулисный, который власти стараются скрыть, а местные жители не замечать. Он существует наиболее абстрактно и является как бы изнанкой любого города. Как кажется, о его трансформации говорить сложно, наверно, именно в силу его закрытости, однако, например, можно выявлять какие-то негативные места, районы как не замечаемые жителями, — в них есть какое-то напряжение, возможно, это место является гетеротопией или на него оказывает влияние деструктивный образ. А. Лефевр отмечает, что подобные пространства часто называют «маргинальными», однако, по его же словам, «метафоры вроде “маргинальности” или “подполья” ничего не значат, а только помогают скрывать то, что кому-то очень хочется скрыть» (Там же: 145). Он относит к таким «нежелательным» пространствам «гетто» иностранцев, иммигрантов, хиппи, попрошайек, проституток, наркоманов и т. д.

Посмотрим, как соотносятся «иконический» и повседневный образы города. Вероятно, они не существуют обособленно, но пересекаются

и наслаиваются друг на друга. Действительно, во-первых, один и тот же объект может быть проинтерпретирован по-разному (монументы / ориентир), во-вторых, он может иметь значение (например, символическое) для наблюдателя, а может вообще становиться «невидимым» в определенном образе. Так, люди, даже проживая в городе с множеством исторических памятников, могут сказать, что «у нас тут нет ничего (интересного)». Однако горожане все же не могут совершенно отказаться от «иконического», потому что чем он сильнее, «раскрученнее», тем сложнее его не замечать и не принимать, как, например, в случае с парижанами, описанными Лефевром. Каждый образ описывает свою отдельную модель реальности, фактически свой мир, но между этими городскими мирами, как пишет С. Пайл, существуют пороги и они преодолимы, хотя и не полностью, они «пропускают определенные вещи, чувства из одного мира в другой, но только определенные» (Pile 2005: 174). Проще всего заметить пороги между мирами разного времени, потому что «время в городе не линейно, в нем сочетаются отголоски прошлого с проектами будущего» (Ibid: 48). Мы видим, что в городах рядом стоят древние церкви и современные бизнес-центры, полуразрушенные здания соседствуют с огромными торговыми комплексами или новостройкам придают «старинный» дизайн, чтобы сохранить гармонию пространства. Кевин Линч называл подобное творческое сочетание разрушенного и нового, добавленного, «временным коллажем» (Линч 1982: 163), потому что «подобно перекресткам, пороги настолько же пункты отправления, насколько и пункты встречи или транзита (passing-by)» (Pile 2005: 174–175).

Важно подчеркнуть, что понятие «иконического» образа следует понимать широко. «Иконой» может стать не только объект, но и событие, и сами абстрактные понятия, с которыми ассоциируются эти объекты. Само течение истории наделяет эти объекты смыслами, а «иконический» образ подхватывает их, воплощает, а зачастую он и был создан «в память о...». Григорий Ревзин, рассуждая о митингующей Москве, заметил, что «Москва — город, потерявший свой метафизический смысл», потому что «бывают города, в которых смысл жизни предьявлен сразу и отчетливо. Петербург — город про империю, Лондон — про свободу, Париж — про буржуазную романтику, Берлин — про рану Второй мировой войны», а Москва потеряла свою «икону», свою базовую метафору (Ревзин 2012). Г. Ревзин в случае с Москвой предполагает, что ее пространство «создано было по градостроительным нормам, придуманным для демонстраций, требующих смерти врагам народа», и «митинги, вероятно, могли бы вернуть Москве ее смысл, дать ключ к прочтению ее пространств. <...> город про шествия» (Ревзин 2012). Поэтому выстраивание образа города может влиять на социальные изменения: есть

разница, жить ли в городе «про свободу» или в «городе ни о чем», даже с психологической точки зрения.

Итак, «иконический» образ описывается главной базовой метафорой, «иконой» в широком смысле слова и выстраивается за счет СМИ, книг и фильмов, а повседневный образ выстраивается за счет практик горожан. Изменения «иконического» образа требуют изменения дискурса, изменения же повседневного образа скорее требуют изменения практик и, вероятно, зачастую и физической составляющей пространства. И тот, и другой образы меняются медленно, но, вероятно, «иконический» образ гораздо более устойчив. Повседневный же образ постепенно, но неизбежно меняется: чуть медленнее, чем происходят физические изменения, а также в зависимости от значимости утраченных объектов для горожан. Наблюдение за изменениями образов города может быть использовано в качестве индикатора происходящих в городе социальных изменений.

Литература

Бикбов А. Москва / Париж: пространственные структуры и телесные схемы // Логос. 2002. № 3 (34). С. 145–168.

Левевер А. Другие Парижи // Логос. 2008. № 3 (66). С. 141–147.

Линч К. Образ города / Пер. с англ. В.Л. Глазычева. М.: Стройиздат, 1982.

Пирогов С.В. Конспект лекций по курсу «Социология города». Томск, 2003.

Ревзин Г. Город ни о чем // Огонек. 2012. № 6 (5215). [<http://kommersant.ru/doc/1867153>].

Ромашко С. Монумент-сувенир-улика: временная ось мегаполиса // Логос. 2002. № 3 (34). С. 97–108.

Сойа Э. Как писать о городе с точки зрения пространства? // Логос. 2008. № 3 (66). С. 130–140.

Филиппов А.Ф. Смысл империи: к социологии политического пространства // Иное. Хрестоматия нового российского самосознания. Т. 3. Россия как идея / Ред.-сост. С.Б. Чернышев. М.: Аргус, 1995. С. 421–476.

Черняева Т.И. Город: Производство идентичности // Гражданин мира или пленник территории? К проблеме идентичности современного человека: сб. матер. второй ежег. конференции в рамках исследоват. проекта «Локальные истории: научный, художественный и образовательный аспекты». Норильск, 2-5 ноября 2005. [матер. конф. подгот. Л. Кузовникова]. М.: НЛЮ, 2006. С. 116–128.

Gieryn T.F. A space for place in sociology // Annual Review of Sociology. 2000. Vol. 26. Pp. 463–496.

Harvey D. The condition of postmodernity. Oxford: Blackwell Publishing, 1990.

Lefebvre H. The production of space / translated by Donald Nicholson-Smith. Oxford: Blackwell Publishing, 1991.

Pile S. Real Cities. Modernity, Space and the Phantasmagorias of City Life. Sage Publications, 2005.