Мокроусова А.К.

(г. Москва)

**Восприятие жителями городского пространства: визуальный образ и тема коммуникации**

В середине прошлого века архитектор-семиотик Кевин Линч и его коллеги провели исследование, ставшее основой книги «Образ города». Задача состояла в получении ясного представление об образах трех американских городов и доказательстве того, что читаемость образа – главное для сложения города. Методика среди прочих элементов предполагала анализ интервью (кабинетных и во время прогулок по определенным маршрутам) и анализ нарисованных респондентами планов города [8; 113-115]. Исследование вызывает интерес до сих пор. Действительно, образ города – любопытный концепт. Представляя собой часть символической системы горожан, он может быть рассмотрен как фактор в производстве «коллективной идентичности». Подобные предположения, по крайней мере, мы можем сделать, опираясь на теоретические конструкции таких исследователей, как Ян Ассман. Идею можно развить до следующей цепочки: физические изменения пространства могут вызывать изменения пространства социального[[1]](#footnote-1) (впрочем, не всегда, но к подобным случаям мы еще вернемся), что в свою очередь может привести к изменениям образа города, сложившегося у горожан, и, соответственно, повлиять в той или иной степени на «коллективную идентичность». Есть ли подобная связь? Попытаемся разобраться.

Конечно, существует ли вообще в современном городе какая-то общая или более того единая «коллективная идентичность», вопрос для отдельного исследования, но в данном случае мы пока остановимся на том, что с определенными оговорками подобный концепт может быть использован, тем более что наш исследовательский интерес сейчас будет сфокусирован на других аспектах.

Наше исследование[[2]](#footnote-2) частично позаимствовало вышеописанную методику: аналогично использовав нарисованные респондентами планы города и беседы с горожанами, мы получили в итоге два неидентичных образа города. Назовем их «визуальным» образом города и образом города как темы для коммуникации. По мысли К. Линча, обобщенный образ города складывается из индивидуальных; несмотря на то, что индивидуальные образы могут сильно разниться, в них всегда оказывается некое ядро, которое и позволяет составить обобщенный образ [8; 20]. Однако, на наш взгляд, было бы интересным посмотреть отдельно, как соотносятся образ города «визуальный» и образ города как тема для коммуникации и могут ли они быть связаны с коллективной идентичностью?

Мишель де Серто в одной из своих книг упоминает исследование Нью-Йорка (C. Linde and W. Labov), где подробные описания города были разделены на два типа - «карты» и «маршруты» (tours) [1; 118-119]. «Карты» соответствовали модели «Комната девочек напротив кухни», а «маршруты» модели «Если Вы повернете направо, то попадете в гостиную», т.е. важным было либо то, что мы увидим, либо то, куда мы пойдем. По мнению де Серто, различие между маршрутом и картой – это различие между символическим и антропологическим языком пространства, это два противоположных полюса и, переходя от одного к другому, мы переходим из «обыденного» языка в научный [1; 119]. Важно также отметить, что карты отражают знания людей, представляют наиболее ясные результаты, а маршруты, рассказы о пространстве, наоборот, могут пропускать те места, которые кажутся несоответствующими или вызывают какое-то смущение [1; 121].

Если попытаться применять эти рассуждения к нашему исследованию, то с определенными оговорками можно считать, что в результате у нас в руках как раз оказались «карты» (нарисованные планы) и «маршруты» (записанные беседы с описаниями города, содержащие в основном именно маршруты). Проведя первичный анализ, мы попытались выделить наиболее часто упоминаемые/изображаемые объекты. В случае с «картами» абсолютными «лидерами» стали объекты, которые Линч бы назвал границами: река (в недавнем прошлом бывшая судоходной), ограничивающая город с севера, главная дорога (прошивающая насквозь практически весь город) и трасса, проходящая почти по южной окраине города. Обозначение границ логично для любого плана, в устных же рассказах это, скорее, редкость, так как все объекты находятся в самом городе и нет необходимости указания границ. Исходя из этого, мы продолжили сравнение именно основных объектов, встречающихся в планах и рассказах. В планах после подсчета всех объектов, а также объектов, которые были изображены первыми пятью и десятью, мы выделили еще три объекта: самый крупный жилой район, расположенный на горе, главная площадь города и единственная городская больница, также расположенная на горе, что позволяет ей быть видимой со многих мест.

В беседах, где сам город становился темой для коммуникации, можно выделить участки, где описание идет по модели «карт», но в основном все же описание в беседах – это описание объектов и того, где они расположены и как до них добраться, т.е. то, что в исследовании Нью-Йорка называлось «маршрутами». Основные объекты, встречающиеся в беседах, можно разделить на «социальные» (три основных завода города, два из которых уже не существуют или минимум временно закрыты) и «объекты для туристов», т.к. трудно уйти от смещения, которое дает личность интервьюера, так или иначе воспринимаемого как чужака и туриста, которому в первую очередь необходимо указать «исторические» места. Вместе с тем, если рассматривать все объекты подряд, то наиболее часто упоминаемыми станут два завода (разрушенный и действующий), но на первом месте будет не так давно построенный практически в центре города горнолыжный комплекс, он присутствует во всех без исключения беседах.

Таким образом, у нас выстраивается два отличных друг от друга образа города. Если возвращаться к исследованию, упоминавшемуся де Серто, то наш «визуальный» образ, построенный на «картах», является как раз тем ясным образом города, который хотел получить К. Линч. Мы видим «официальные» объекты: площадь, больницу, жилой массив - это знания жителей о городе, то, без чего визуально город перестанет существовать, т.к. больница на горе является ориентиром (в классификации Линча), площадь – историческим и современным центром, местом рынка и вечерних прогулок (узлом, по Линчу), а указанный жилой массив просто сам по себе занимает чуть ли не треть города. Эти объекты существуют в настоящее время, их можно назвать «сухими фактами» о городе. Образ же, возникающий в процессе коммуникации, как и описывал де Серто, содержит не только «сухие факты», но и воспоминания, «пустые места, где спит прошлое» [1; 108].

Коммуникация сама по себе играет большую роль в создании сообществ и поддержании социального порядка, однако не меньшее значение она имеет и в создании социального пространства города. Де Серто пишет, что разнообразные нарративы о путешествиях «организуют перемещение. Они творят путешествие до или во время него». Аналогичные рассуждения мы встречаем и у наших авторов, например, А. Карпов считает, что «то, как мы говорим, в конце концов неизбежно определяет то, как мы видим город и ходим по его улицам, т.е. городское пространство» [7; 62]. Обговаривание пространства, наделение его какими-то характеристиками, историями, легендами делает его «своим». Связь архитектуры и коммуникации вообще многими исследователями прослеживается как очень близкая. Так, по мнению У. Эко, архитектура представляется «наделенной теми же характеристиками, что и массовая коммуникация» [11; 235]. Достаточно часто встречается метафора города как текста: начиная от размышлений А. Лефевра о том, что пространство может быть по-разному прочитано, т.е. проинтерпретировано, и заканчивая уже не раз упоминавшимся здесь Кевином Линчем, считавшим структуру города схожей со структурой художественного произведения.

Социальное пространство связано с самовосприятием принадлежащих к нему людей. Подобная мысль встречается у различных авторов. Так, А. Карпов, ссылаясь на этологов, считает, что территориальное пространство в том числе является ареалом, обеспечивает идентичность [7; 65]. О. Чернявская пишет, что «пространство с теми смысловыми нагрузками, которое оно имеет для человека, влияет на его мировосприятие и самоопределение в этом мире» [10; 329]. Определенная местность может задавать какие-то рамки поведения, например, У. Уайт, описывая жизнь Корнервилля, говорит, что человек, ведущий себя заданным образом, получает в нем признание, но становится чужаком в другой среде, и наоборот [4; 273]. Согласно Г. Зиммелю, небольшой город вынужден быть более или менее однородным, так как «чем меньше … круг, составляющий нашу среду, чем теснее пределы отношений к другим, тем больше следит он за поведением, жизнью, мыслями индивида, тем скорее количественная или качественная своеобразность разрушила бы рамки целого» [6].

Если коммуникация создает городские сообщества и создает социальное пространство (не в метафорическом понимании), то можно предположить, что социальное пространство, его образ, складывающийся в процессе коммуникации у каждого человека, может выступать в качестве составной части коллективной идентичности. Образ города, создающийся в процессе коммуникации, содержит в себе воспоминания, легенды, характеристики, ставшие общепризнанными, таким образом, можно сказать, что образ хранит в том числе и часть культурной памяти. По словам Я. Ассмана, «пространственные и временные представления коллективной памяти состоят в жизненной связи с формами коммуникации соответствующей группы, и эта связь несет эмоциональную и ценностную нагрузку» [5; 40-41]. Так, например, одна из основных характеристик города, в котором проходило наше исследование, дававшаяся людьми совершенно разного возраста – «город пенсионеров». Соответственно, молодые, уезжая из города, возможно, стараются избавиться заодно и от этой навязываемой идентичности. Не менее важно, что пространственные представления горожан являются и частью их общей символической системы, которая должна была сформироваться в процессе коммуникации, иначе последняя была бы во многом затруднительна. «Сознание социальной принадлежности, то, что мы называем «коллективной идентичностью», основано на участии в общем знании и общей памяти, которые сообщаются через говорение на одном языке или, говоря шире, через использование общей системы символов. Ведь речь идет при этом не только о словах, предложениях и текстах, но также и об обрядах и танцах, узорах и орнаментах, костюмах и татуировках, еде и питье, памятниках, картинах, ландшафтах…» [5; 149].

Возвращаясь к образу города, складывающемуся в результате коммуникации, мы теперь можем дать ему такую характеристику, как вневременность: он содержит объекты и описания как современности, так и прошлого, а иногда и будущего («здесь будет восстановлено купеческое подворье…», «на месте клуба хотят сделать торговый центр» и пр.). В отличие от «визуального» образа, который, судя по всему, привязан исключительно к текущей современности. «Хальбвакс полагает, что группа склонна представлять свое прошлое в форме, затушевывающей любое изменение <…> коллективная память смотрит на группу «изнутри», стремясь представить ей такой образ ее собственного прошлого, чтобы она на любой стадии могла себя узнать, и в котором поэтому изменения затушеваны» [5; 44]. Возможно, именно поэтому «вербальный» образ содержит в себе так много объектов, которые уже не существуют. Это помогает поддерживать существующую коллективную идентичность в относительно стабильном состоянии, постепенно перерабатывая изменения и внося их в новый образ. В этой связи мы предполагаем, что изменения в «вербальном» образе города могут служить маркером изменений в коллективной идентичности горожан. Г. Зиммель в своих рассуждениях о пространстве использовал понятие «опорной точки», смыслового действующего центра (pivot). «Точка опоры» может состоять из конкретных людей (как, например, первые прихожане католической церкви на новом месте, вокруг которых быстро вырастает все сообщество верующих), а может быть связана с общим типом деятельности, с определенными функциями или быть почти физической точкой, вокруг которой начинается вращение всей жизни [3; 559-560]. Возможно, именно такие опорные точки сохраняются в образе города наиболее долго. Так, в Гороховце, вероятно, это был судостроительный завод, фактически уже полностью физически уничтоженный на данный момент, но все еще упоминаемый горожанами почти с тем же упорством, что и недавно отстроенный горнолыжный комплекс.

С учетом всего вышеизложенного есть большой соблазн тут же решить, что «визуальный» образ – это официальный образ «для чужих», ведь и карты сами по себе никогда не являются первичной необходимостью именно для местных жителей, карты всегда удел чужеземца. Человеку, живущему в определенном месте, не нужно знать точного расположения всех объектов, ему лишь необходимо знать основные его повседневные маршруты, основные точки и примерное расположение крупные частей, на которые делится его место обитания (город, например). Карта же необходима тому, у кого нет никаких зацепок в данной местности, кому она представляется белым листом и может быть изучена только наугад, либо с помощью карты. Косвенным свидетельством может даже служить большое количество отказов респондентов, которых просили нарисовать план их родного города. Однако картина, судя по всему, гораздо более мозаична.

В «вербальных» образах мы отдельно выделили объекты «для туристов», т.е. то, что нельзя было не упомянуть в рассказе о своем городе, принадлежащему к малому Золотому кольцу, в который обычно и приезжают посмотреть архитектурные памятники. Любопытно, что в «визуальных» образах туристические объекты практически полностью отсутствуют, по крайней мере, не входят в число часто упоминаемых. Даже горнолыжный комплекс, всплывавший так или иначе в каждой беседе, в планах города практически ни разу не отображался. Таким образом, «визуальный» образ становится «образом для внутреннего пользования» еще в большей мере, чем образ, складывающийся в процессе коммуникации. В него не попали ни исторические объекты, ни современные туристические объекты. «Визуальный» образ в первую очередь связан с настоящим и повседневными практиками. Так, на планах зачастую оказывались небольшие магазины, школы и пометки «мой дом». Конечно, и «визуальный» образ города для каждого свой и тоже не может не содержать отсылок к историям и воспоминаниям, но все же образ всего города, как считает Линч, создается из повторяющихся частей индивидуальных образов. Возможно, «визуальные» образы отражают коллективную идентичность в меньшей степени, потому что они гораздо более частные, т.е. гораздо больше ориентируются на отдельный район, который, например, наиболее знаком человеку. Образ же «вербальный» чаще становится взглядом с высоты птичьего полета.

Как можно объяснить отсутствие туристических и исторических мест в «визуальных» образах города? Возможно, эти объекты просто выпадают из поля зрения жителей, не существуют для них? Часто в беседах, прежде чем начать все же перечислять какие-либо туристические объекты, люди говорили, что «у нас тут нет ничего». Де Серто связывает подобные заявления с тем, что объекты утратили свои легенды, свои истории, они больше не вызывают эмоционального отклика, часто из-за того, что просто потеряли свои имена: «город престает быть жилым. Как выразила это ощущение одна женщина из Руана: «никаких особенных мест не осталось, только мой дом, вот и всё… Ничего, совсем». Ничего «особенного», что бросалось бы в глаза, раскрывалось бы воспоминанием или рассказом, обозначало бы что-то или кого-то» [9; 86].

Возвращаясь к результатам нашего исследования, действительно, стоит признать, что названий исторических объектов респонденты часто не помнили или называли их ошибочными произвольными именами. Однако это было не повсеместно и к тому же, как уже было отмечено, во всех беседах упоминался горнолыжный комплекс «Пужалова гора», в названии которого никто не сомневался. Впрочем, у этого исключения, возможно, найдутся свои объяснения. Попытаемся разораться подробнее.

В качестве объяснительной модели мы рассмотрим предложенное М. Фуко понятие гетеротопии. Исследователи считают, что понятие гетеротопии разработано Фуко не вполне однозначно и часто при использовании получает ошибочные трактовки [2; 75], однако отказаться от него уже сложно. П. Джонсон провел подробный анализ этого концепта, и мы позволим себе опереться на некоторые его выкладки. Так, гетеротопия представляет собой некоторую форму отклонения, Фуко приводит в пример дом отдыха - место, где абсолютно ничего не происходит [2; 76]. Вместе с тем гетеротопии «отражают, представляют, указывают, говорят обо всех остальных местах, но в то же время приостанавливают, нейтрализуют, выворачивают наизнанку (invert), оспаривают и противоречат им» [2; 78]. Можно предположить, что наш горнолыжный комплекс во многом соответствует подобным описаниям: если дом отдыха – это место, где ничего не происходит в отличие от окружающей среды, то развлекательный комплекс в очень тихом и почти затухающем городке, скорее, представляется гетеротопией «вечного праздника», который устраивается не для внутреннего пользования. Ведь гетеротопии также могут выделяться своим временем, течение которого не соответствует окружающему (Фуко приводит в пример как тюрьмы и психиатрические лечебницы, так и праздники) [2; 78]. Кроме того гетеротопии обладают такой характеристикой как затрудненность прямого доступа: «человек может быть вынужден или принужден этим пространством как в случае с тюрьмами или психиатрическими лечебницами или вход предполагает проведение определенных ритуалов» [2; 79]. Пужалову гору отделяет от всего остального Гороховца, несмотря на то, что она находится чуть ли не в историческом центре (и центре, признаваемым горожанами «центром города»), финансовый барьер. Она в основном существует для приезжих туристов из близлежащих городов, т.к. для местных отдых там слишком затратен. Фактически находясь у подножья горы, люди иногда не знали, где можно подняться и как пройти к комплексу.

Постройка горнолыжного комплекса на месте вишневых садов – это серьезное физическое изменение ландшафта, но всегда ли подобные изменения затрагивают социальное пространство, вопрос открытый. Предположим, что для изменения социального пространства, необходимо преодолеть ряд барьеров, начиная часто от необходимости произвести физические изменения и заканчивая необходимостью преодолеть возможное сопротивление власти, имеющей суверенитет над этим пространством, или преодоления сильной эмоциональной атмосферы (позитивной или негативной), но, видимо, также можно говорить и о барьере доступа. Если к трансформированному пространству нет доступа из среды, в которой трансформации производятся (доступа как физического, так и вызванного другими факторами, в нашем случае финансовым), то эти изменения не повлияют на изменения социального пространства среды, в которой они произведены. Соответственно, они вряд ли повлияют и на изменение в коллективной идентичности.

Итак, на наш взгляд, на поставленный в начале вопрос о том, есть ли некоторая зависимость между изменением физического пространства, социального и коллективной идентичностью можно ответить все же утвердительно. Однако если такой зависимости не наблюдается в каком-либо конкретном случае, то, возможно, физические изменения привели к появлению гетеротопии.

Соотношение друг с другом и с идентичностью «визуального» образа города и образа города как темы коммуникации можно свести к следующим пунктам:

- изменения образов города («визуальных» и «вербальных») можно использовать как факторы изменения коллективной идентичности;

- «визуальный» образ более личный, содержит «сухие факты», только реальные объекты современности;

- «вербальный» более общий, вневременной, мозаичный;

- если эти два образа расходятся, то, возможно, расходятся личные («что мне важно») и общие образы («что для нас всех есть в городе»), что в свою очередь, возможно, говорит о каком-то напряжении в обществе, т.к. в образ города, который призван быть наиболее ясным и четким, не попадают символические важные объекты из «вербального» образа;

- возможно, это свидетельствует о наличии гетеротопий в городском пространстве.

### Список литературы

1. Certeau Michel de. The practice of everyday life / Translated by Steven Rendall. - The University of California, 1984. – 229 p.
2. Johnson P. Unravelling Foucault’s “different spaces” / History of the Human Sciences, 2006. - Vol. 19. - No. 4. – P. 75-90
3. Simmel G. Sociology: inquiries into the construction of social forms / translated and edited by Anthony J. Blasi, Anton K. Jacobs, Mathew Kanjirathinkal; with an introduction by Horst J. – 445 p.
4. Whyte W.F. Street corner society: the social structure of an Italian slum / Whyte, William Foote, 1914. - 4th ed. - Chicago: University of Chicago Press, 1993. - xx, 398 p.
5. Ассман Я. Культурная память. Письмо, память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности / Пер. с нем. М.М. Сокольской. - М.: Языки славянской культуры, 2004. - 368 с.
6. Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь / Логос, 2002. - 3 (34). <http://www.ruthenia.ru/logos/number/34/02.pdf>
7. Карпов А.Е. Различение. Пространство в городе / Социологическое обозрение, 2001. - Том 1. - № 2. – С. 58-71
8. Линч К. Образ города / Перев. с англ. В.Л. Глазычева. – М.: Стройиздат, 1982. – 328 с.
9. Серто Мишель де. По городу пешком / Перев. с англ. А.А. Космарского / Communitas, 2005. - №2. – С. 80-87
10. Чернявская О.С. Социальное пространство: обзор теоретических интерпретаций / Социология. Психология. Философия. Вестник Нижегородского университета им. Лобачевского, 2008. - № 5. - С. 329-335
11. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию. - ТОО ТК «Петрополис», 1998. — 432 с.

1. Не в метафорическом его смысле. [↑](#footnote-ref-1)
2. Социологическая практика НИУ-ВШЭ, г. Гороховец, Владимирская область, 2011. [↑](#footnote-ref-2)