

САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

**СОВРЕМЕННЫЙ ГОРОД:
НАСТРОЙКА
СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ
ОПТИКИ**

Сборник научных статей
по итогам III Ежегодной социологической школы

Под редакцией *Е. С. Богомяковой*

Санкт-Петербург
Издательский центр экономического факультета СПбГУ
2014

ББК 60.5
С56

Рецензенты: д-р. соц. наук, проф. Д.В. Иванов (СПбГУ);
к.с.н., Ю.О. Папушина (НИУ-ВШЭ–Пермь)

Печатается по постановлению Редакционно-издательского совета
факультета социологии
С.-Петербургского государственного университета

П 78 Современный город: настройка социологической оптики.
Сборник научных статей по итогам III Ежегодной социологической
школы / Под ред. Е. С. Богомяковой. – СПб.: Издат. центр экономиче-
ского ф-та СПбГУ, 2014. – 177 с.

ISBN 978-5-4210-0067-9

Сборник научных статей «Современный город: настройка социоло-
гической оптики» издается по итогам проведения III Ежегодной социоло-
гической школы, организованной факультетом социологии Санкт-
Петербургского государственного университета.

В сборнике представлены статьи участников Школы (студентов,
магистрантов, аспирантов и преподавателей), отражающие результаты
теоретических и эмпирических исследований современного города.
Сборник может быть интересен социологам, представителям социаль-
ного и гуманитарного знания, аспирантам и студентам.

ББК 60.5

© С.-Петербургский гос. ун-т, 2014

ISBN 978-5-4210-0067-9 © Коллектив авторов, 2014

ОГЛАВЛЕНИЕ

<i>Е. С. Богомякова</i> (СПб) Предисловие	5
<i>С. С. Бразевич</i> (СПб) Концептуальные основы управления процессом развития города в условиях «общества знаний»	7
<i>Н. Д. Трегубова</i> (СПб) Недовольство как городской феномен: синтез микро- и макроперспектив исследования в концептуальных рамках социологии общения	25
<i>А. А. Чернега</i> (СПб) Туризм как фактор развития малого города в контексте проблемы социально-территориального неравенства	43
<i>С. С. Ярошенко, В. Бондаренко, Е. Зверева, А. Шоцкая, Д. Сергеева, Г. Артез, К. Круглова</i> (СПб) В огнях большого города: пилотное кейс-стади проявлений социального неравенства в пригороде Санкт-Петербурга	57
<i>А. В. Головнева, Л. А. Чернышева</i> (СПб) Средовая и событийная идентичности публичных пространств в Санкт-Петербурге	81
<i>С. В. Галанин</i> (СПб) Город как условие существования национализма	102
<i>А. А. Блохин</i> (СПб) Применение метода анализа социальных сетей к исследованиям мигрантов	110
<i>Г. А. Николаенко</i> (СПб) Причины возникновения и особенности таджикских моноэтнических анклавов в центре Санкт-Петербурга	119
<i>Е. А. Шорыгин</i> (Нижний Новгород) Специфика взаимодействия «своих» и «чужих» в публичных городских пространствах: феноменологический дискурс.....	135
<i>М. С. Касабуцкая</i> (СПб) Брендинг города в контексте глобализации	145
<i>Е. В. Ракевич</i> (Екатеринбург) Имидж города: понятие и структура	154
<i>Л. А. Шайтанова</i> (Волгоград) Изучение пространственной мобильности сквозь призму STS: сценарии использования в маршрутных такси	162
<i>А. С. Гонашвили, М. В. Зайцева, С. Л. Лапшин</i> (СПб) Пожилое поколение в современном городе	171
Информация об авторах	175

CONTENTS

<i>E. S. Bogomyagkova</i> (SPb) Foreword.....	5
<i>S. S. Brazevich</i> (SPb) Conceptual foundations of development process in the city «knowledge society»	7
<i>N. D. Tregubova</i> (SPb) A study of discontent as an urban phenomenon through the lenses of sociology of social intercourse: macroconditions of class and micropatterns of interaction	25
<i>A. A. Chernega</i> (SPb) Tourism as a factor of development of a small city in the context of socio-spatial inequalities	43
<i>S. S. Yaroshenko, V. A. Bondarenko, A. A. Shockaya, D. D. Sergeeva, G. A. Artes, E. A. Zvereva, K. D. Kruglova</i> (SPb) In the lights of the city: pilot case-study of social inequalities in the suburbs of St. Petersburg	57
<i>A. V. Golovneva, L. A. Chernysheva</i> (SPb) Environment- and event-identities of public spaces in saint-petersburg.....	81
<i>S. V. Galanin</i> (SPb) City as the reason for the existance of nationalism.....	102
<i>A. A. Blohin</i> (SPb)Application of Social Network Analysis Method for Studies of Migrants	110
<i>G. A. Nikolaenko</i> (SPb) The causes and characteristics of mono-ethnic enclaves in the center of St. Petersburg.....	119
<i>E. A. Shorigin</i> (Nizhny Novgorod) Specific interaction “friends” and “strangers” in urban public spaces: phenomenological discourse..	135
<i>M. S. Kasabuckaya</i> (SPb) City branding in the context of globalization	145
<i>E. V. Rakevich</i> (Ekaterinburg) Image of the city: conception and structure	154
<i>L. A. Shaytanova</i> (Volgograd) A study of spatial mobility through the prism of STS: the usage scripts of route-taxi	162
<i>A. S. Gonashvili, M. V. Zaiceva, S. L. Lapshin</i> (SPb) The older generation in modern city	171
Information about authors.....	175

ПРЕДИСЛОВИЕ

Сборник научных статей «Современный город: настройка социологической оптики» публикуется по итогам III Ежегодной Социологической школы СПбГУ. Социологическая школа СПбГУ – это ежегодный съезд студентов старших курсов, магистрантов, аспирантов, молодых специалистов и преподавателей, заинтересованных в обсуждении актуальных проблем социологической теории и практики. Первое подобное мероприятие прошло в 2011 году и явилось инициативной студентов-активистов и преподавателей кафедры теории и истории социологии СПбГУ в лице проф. А.О.Боронова, ст. преп. Е.С. Богомяжковой, доц. М.В. Ломоносовой.

В 2013 году Школа была посвящена тематике городских исследований, изучению городского пространства, городской культуры и т. д. Социологическое осмысление проблем и феноменов современного города популярно и актуально в настоящее время, пожалуй, как никогда. Так, по меткому замечанию одного из преподавателей Школы–2013, профессора кафедры теории и истории социологии СПбГУ Д.В. Иванова, вся современная социология – это социология города, т. к. изучает, прежде всего, процессы, происходящие в городах. Современная социальность формируется и существует преимущественно в крупных городах (мегаполисах).

Отличием Школы–2013 от предыдущих явилось включение в программу помимо традиционных кабинетных занятий «полевого этапа», где участники смогли попрактиковаться в самостоятельном проведении эмпирических городских исследований на базе г. Сестрорецка. Результаты теоретической и эмпирической работы участников в рамках Школы, а также итоги самостоятельных исследований представлены в данном сборнике.

Поражает разнообразие исследовательских интересов авторов. В сборнике представлен широкий спектр тем и проблем. Тем не менее, материалы сборника можно условно разделить на два блока. Статьи первого направления посвящены социологическому осмыслению города, отражают теоретические изыскания авторов, теоретико-методологические подходы к исследованию городских феноменов. В числе рассмотренных вопросов представлены концептуальные основы управления процессом развития города в условиях «общества знаний» (проф. С.С. Бразевич), возможности изучения недовольства в городской среде в рамках социологии эмоций (Н.Д. Трегубова). Выработке теоретико-методологических основ изучения туризма в контексте проблем социально-территориального неравенства посвящена статья А.А. Чернеги.

Тем не менее, большинство материалов посвящено рассмотрению результатов эмпирических исследований. В этой связи несомненную значимость имеет статья С.С. Ярошенко (в соавторстве), отражающая итоги пилотного исследования неравенства в г. Сестрорецке, проведенного в рамках Социологической Школы–2013. В данном блоке представлены статьи, посвященные изучению публичных пространств (А.В. Головнева, Л.А. Чернышева) и моноэтнических анклавов (Г.А. Николаенко) Санкт-Петербурга. Особое внимание уделяется вопросам национализма в городе, исследованию миграции и мигрантов, «своих» и «чужих». Эти проблемы отражены в статьях С.В. Галанина, А.А. Блохина, Е.А. Шорыгина.

Тематика формирования имиджа города и городского брендинга представлена в статьях М.С. Касабуцкой и Е.В. Ракевич. Изучение пространственной мобильности сквозь призму STS на примере использования маршрутных такси явилось предметом статьи Л.А. Шайтановой, а проблемы пожилого населения в городе отражены в статье А.С. Гонашвили (в соавторстве).

Авторами большинства статей выступают студенты, магистранты и аспиранты СПбГУ. Для некоторых из них это первый опыт написания научных статей. Хочется надеяться, что сборник вызовет интерес у социологов и представителей других социогуманитарных дисциплин.

Е. С. Богомякова

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ УПРАВЛЕНИЯ ПРОЦЕССОМ РАЗВИТИЯ ГОРОДА В УСЛОВИЯХ «ОБЩЕСТВА ЗНАНИЙ»

Аннотация: В статье рассматриваются концептуальные подходы и современные тенденции в управлении развитием современного города. Отражены тенденции развития современных городов и функциональные изменения, происходящие в социокультурном пространстве города. Анализируются вопросы управления городом в условиях глобализации, а также перехода от экономики знаний к обществу, основанному на знаниях.

Ключевые слова: город, модели города, управление развитием города, концептуальные основы, информационное общество, «общество знаний».

Abstract: This paper discusses conceptual approaches and current trends in the management of the development of the modern city. Reflected trends in the development of modern cities and functional changes in the socio-cultural environment of the city. The issues of urban governance in the context of globalization and the knowledge economy of the transition from a society based on knowledge.

Keywords: city, city models, managing the development of the city, conceptual framework, the information society, «knowledge society».

Современный человек является очевидцем грандиозных изменений, происходящих в глобальном мировом пространстве. Наряду с этим меняется и город. Современный город представляет собой уникальный динамично развивающийся феномен, воплощающий в себе черты постиндустриального общества. Город постоянно влияет на нас, и мы в свою очередь оказываем на него воздействие. Пространство города меняется с течением времени и запечатлевает в архитектурных формах повседневные социальные практики. Поскольку город всегда познается в конкретных исторических условиях, то каждая новая эпоха будет находить новые инструменты для изучения города, и город, в свою очередь, будет всегда сохранять актуальность. Многогранность феномена города как объекта изучения указывает на его междисциплинарный характер, исследователи обращают внимание на особенности, проблемы (диапазон их велик: от философско-эстетических до сугубо хозяйственных) и механизмы управления городом.

Понятие город не принадлежит к числу точных научных терминов. Это связано, с одной стороны, со сложностью определения самого феномена (городами в различные эпохи называли явления с весьма несхожим содержанием и признаками). С другой стороны, еще со времен античности исследователи стремились выявить сущность города, в результате чего появилось множество определений города, отражающих различия авторских концепций. Существующие теории объединяет стремление авторов отразить состояние и изменения, происходящие в процессе развития города, вследствие изменения макросреды.

Все существующие в западной социальной философии и социологии города концепции, в зависимости от доминирующей идеи, условно можно разделить на следующие группы:

- утопические, основанные на создании модели идеального общества (работы Платона, Аристотеля, Августина Блаженного, Т.Мора, Т.Кампанеллы, Ф.Бэкона и др.);

- социально-исторические, анализирующие истоки происхождения городов и отличительные особенности города от сельских поселений (работы Ф.Тенниса, Э.Дюркгейма, Г.Зиммеля, О.Шпенглера и др.);

- социально-психологические, определяющие воздействие города на взаимодействия между людьми и изменение ценностных ориентаций человека: труды Г.Зиммеля, Ф.Тенниса, Э.Дюркгейма, Э.Тоффлера, О.Шпенглера, Л.Вирта, С.Милграма, Ж.Бодрийяра и других;

- культурологические, определяющие роль культуры в развитии города: работы О.Шпенглера, Ч.Лэндри и других;

- социально-экологические, исследующие антропогенное воздействие на преобразование окружающей среды в плане возникновения и внутреннего обустройства городского пространства. В работах Р.Парка, Э.Берджесса, Р.Маккензи и других город рассматривается как организм, т.е. социально-экологическая система функциональных связей между людьми;

- связанные с анализом воздействия объективного устройства городского окружения (планировка, архитектура, социальная дифференциация городских районов и т.п.) на субъективное восприятие города жителями: работы Ф.Энгельса, К.Линча;

- социально-экономические, признающие производственно-экономический фактор основным при рассмотрении урбанизации и городского образа жизни. К этому подходу можно отнести работы К.Маркса, Ф.Энгельса, М.Вебера, М.Кастельса и других;

- функциональные, определяющие изменение роли города в постиндустриальную эпоху: работы Д.Белла, М.Кастельса, Ч.Лэндри, Р.Флориды и других.

Выделенные группы концепций не противоречат друг другу, они рассматривают город с разных сторон, позволяя составить о нем комплексное представление.

Анализ основных традиций в исследовании города, сложившихся в западной социологической мысли, и выделение различных доминант при рассмотрении города, свидетельствует как о сложности данного феномена, так и сложности представления города как единого целого. Опираясь на изучение зарубежной социально-философской и социологической мысли, становится возможным установить, что город представляет собой «зеркало» происходящих в обществе процессов, отражает общественные нововведения и реагирует на них.

Анализ методологических подходов к категории «город» в отечественной социологии показывает, что исследование города в начале XX века велось в рамках научного и научно-практического подходов.

Научный подход предполагал рассмотрение сущности города как социального феномена. Научно-практический был направлен на разработку градостроительных проектов, системы расселения и их внедрение в городском пространстве.

Город понимался как объект управления, поддающийся генеральному планированию, как в сфере обустройства городской среды, так и социальной жизни, с доминирующей ориентацией на развитие градообразующей базы. Создание единой системы расселения предполагало стирание границ и качественных отличий села и города за счет распространения городских норм и образа жизни в сельских поселениях.

С 1960-х гг. (особенно в постперестроечный период) получают развитие прикладные исследования, связанные с проблематикой города, которые с большой степенью условности можно разделить на следующие направления:

- 1) изучение социального устройства городских территорий;
- 2) исследование проблемы управления городом, планирование социального развития города и воспроизводство городских социально-территориальных общностей;
- 3) сравнительный социальный анализ поселений различных типов;
- 4) изучение городских социальных процессов, явлений и проблем;
- 5) экологические проблемы городского развития;
- 6) исследование городской среды и городского образа жизни;
- 7) воздействие города на личностное развитие, качество населения российских городов, особенности социально-психологического облика горожанина;
- 8) разработка концепции урбанистического развития;

9) изучение различных типов монопрофильных городов, их современного состояния и проблем.

Среди современных социологических концепций, изучающих российский город, можно отметить следующие:

1) пространственно-функциональные, рассматривающие подсистемы города, соответствующие основным видам деятельности населения: труд, жилье, обслуживание, коммуникации. Пространственное распределение материальных объектов формирует пространственную структуру города, а взаимосвязи этих объектов – функциональную;

2) системно-аналитические, определяющие современный город как многоуровневую и многофункциональную систему, являющуюся сферой жизнедеятельности граждан и полем реализации основных городских потенциалов;

3) типологические, позволяющие соотнести существующие отечественные города с «идеальными типами»;

4) онтологические, рассматривающие город как объект чистого созерцания и теоретического описания, становящийся действительностью лишь в виртуальном пространстве мышления как предмет исторической рефлексии;

5) продолжается изучение города в русле культурологического подхода, заложенного еще в начале XX века Н.П. Анциферовым.

Таким образом, исследование города как социального феномена в истории западной и отечественной социологической мысли позволяет определить город как социальную общность индивидов, стихийно или по воле властей сконцентрировавшуюся на определенной территории для удовлетворения многообразных жизненных потребностей человека, общности, государства, существующую в неразрывной связи с естественной и искусственной средой ее обитания. В силу присутствия деятельности, отличной от традиционной, город формирует качественно иные социальные отношения и институты, которые с течением времени начинают доминировать над людьми, подчиняя их своей воле.

Серьезные изменения, которые претерпевают сегодня города, только набирают скорость. К числу основных тенденций, которые эти изменения вызывают (и над которыми специалисты по городам продолжают размышлять), можно отнести следующие [см.: 11]:

1. *Глобализация*. От города как автономного образования через город как компонент национального государства к сети городов, существенно отличающихся по включенности в мировую экономику и по «свободе» от национально-государственных ограничений, – таков главный вектор перемен. Он предполагает осмысление городов на пересечении всемирного, национального и местного масштабов и в контексте

роста неравенства между «глобально успешными» городами и всеми остальными.

2. *Деиндустриализация и постиндустриализация (постфордизм).* Город, который был организован вокруг нужд промышленности и восстановления рабочей силы фабрик и заводов, уступает место городу торговых центров, разнообразного сервиса, скоростных дорог, «сообществ за воротами» и других новых вариантов организации жилищ. Большой объем промышленного производства – в соответствии с идеологией «аутсорсинга» – перемещается в страны Юго-Восточной Азии и Латинской Америки, но и возникающие там мегагорода далеки от описанных традиционной теорией промышленных городов.

3. *Динамика концентрации и рассредоточения.* «Центральность» крупных городов делает их местами повышенной экономической активности, привлекательными для проживания местами, зонами повышенной креативности и плотных социальных связей. Другие крупные города в то же время развиваются по пути «полицентричности» и рассредоточения предприятий, сервиса, жилых районов. Потоки людей, каждый день устремляющихся на работу и домой, – главное следствие пространственного рассредоточения городов, их «расползания» все дальше и дальше в пригороды. Экономические, технологические, экологические, социальные, эмоциональные проблемы, связанные с исчезновением во многих регионах традиционной городской моноцентричности, только начали описываться урбанистами.

4. *Неолиберализация социальной политики.* Усиление соревнования между городами в рамках глобальной экономики вызывает переориентацию политики городских правительств. Происходит переход от города, озабоченного социальным воспроизводством жителей, к городу-предпринимателю. Препятствием для прежнего объема вложений в социальную политику не может себе позволить ни одно городское правительство. Результат – нарастание социального напряжения, фрагментации, поляризации.

5. *Рост моральной двусмысленности.* Умножение связей горожан с тем и теми, что и кто выходит далеко за пределы их города, ставит под вопрос понимание города как места жизни коллектива. Вынужденный переход многих людей от долговременной занятости к кратковременной лишает их способности развивать чувство солидарности с ближними. Либеральные идеи толерантности сосуществуют с враждебностью, страхом, недовольством, которые многие «хронически» испытывают в городах. В то же время «нормативное» измерение городского существования, то есть идеи справедливости, «хорошей жизни», солидарности, почти некому представлять и исследовать.

6. *Экологические проблемы.* Загрязнение атмосферы и глобальное потепление приковывают внимание к «экологическому отпечатку»

крупных городов. Остановить негативные процессы можно, только если пересмотреть способы осуществления городской жизнедеятельности, прежде всего, энергоснабжения. С другой стороны, сегодня очевидна уязвимость городов перед лицом природных катаклизмов, так что необходимо комплексное обсуждение глобального изменения климата и процессов урбанизации.

Необходимость исследовать проблему человека в городских условиях диктуется несколькими факторами: изменилась пространственная структура расселения людей; приняла широкий размах процесс урбанизации; город становится своеобразным антропологизированным телом; происходит изменение телесности человека как городского жителя, его идеологии, мировоззрения, ментальности и социальных институтов; город является своеобразной социально-исторической лабораторией, формирующей облик человека городского и человека вообще, облик города и общества в целом; город оказал и оказывает большое влияние на развитие городской культуры.

В городе появляется новый человек – человек городской – имеющий собственные телесные, ментальные и социальные характеристики и особый образ жизни, выполняющий различные функции, и, в свою очередь, формирующий собственную оригинальную, непохожую на деревенскую или природную новую среду своего обитания – город. В городе формируется менталитет городского человека, его восприятие городской среды, семиотической «расшифровки» окружающего мира, герменевтической интерпретации мира и самого себя.

Именно в такой новой форме социально-исторической организации, как город, происходит изменение социального и географического пространства, содержания производственной и культурной жизни, усложнения социальных отношений и социально-стратификационной структуры населения. Изменяются социально-политические и производственно-экономические роли не только самих поселений, но и социальные роли людей.

В городе иной становится социальная организация населения. В городе формируется социальное расслоение, дистанцируются и фиксируются различные социальные роли людей, отражающиеся в различных сторонах жизни горожан, начиная от различий в функциях, взаимоотношениях, этикете, одежде, пище, жилище, и заканчивая изменением и особой структурированностью городского пространства, которые выражены: организацией различия и противопоставления пространств видов деятельности – производственные, экономические, идеологические, культурно-досуговые, образовательные и др.; оформлением структуры и выполнения социально-политических ролей

определенных групп населения – мест политического взаимодействия – властей (исполнения и демонстрации) и управляемых (их взаимодействия и противопоставления), их идеологической (религиозной) и правовой поддержки; оформлением структуры и выполнения социально-экономических мест взаимодействия (рынок, банки, различные финансово-экономические учреждения), проживания имущих и неимущих; выделением и отделением территорий для лиц с какими-либо ограничениями – производственными, этническими, асоциальными, медицинскими и др.; а затем изгнанием за границы городских территорий мест позора, казней, лишения свободы преступников (т.е. пространства репрессий), смерти (кладбищ), медицинских учреждений для психических и неизлечимо больных и т.п.

Таким образом, в городе формируется своеобразное единство физического и социального пространства, – пространство отношений, взаимозависимостей, систем связей и закономерностей.

Каждому из исторических периодов соответствует свой тип понимания взаимосвязи и взаимодействия в городской среде, в соответствии с которыми человек выстраивает свое собственное отношение и требования к ее трансформации. На примере градообразующих функций можно проследить эти изменения и доминанции: XVI век – торговая, транспортная (пути водные и сухопутные); XX век – промышленная и жилая; XXI век – коммуникационная (открытый доступ к информации, взаимный обмен идеями и мнениями, быстрота реакций, создание двух сфер общения – виртуальной и реальной, создание параллельного общественного виртуального пространства).

Изменения, произошедшие на рубеже XX-XXI веков в мировом и цивилизационном процессе, заставляют переосмыслить феномен города и роль горожан. Информационное общество диктует новые условия существования городов. Новый горожанин не замечает пределов города, он не привязан к конкретному месту и мобилен (свободный выбор места работы, миграция, туризм), а его образ жизни не укладывается в традиционные рамки распорядка дня и ночи. Вследствие этого социокультурное пространство города теряет ориентирование на единый центр, ту самую единственную градообразующую доминанту, которая подчеркивала его уникальность. В наши дни «центром» культурного пространства может выступать как какое-либо место в городе, так и сам город. Понятие «центр» приобретает «плавающий» характер [см.: 10].

В начале XXI века стало очевидно, что «территория, населенная людьми и социальное информационное пространство начинают все больше совпадать друг с другом, чего никогда прежде не было в

истории человечества» [см.: 6, с. 115]. Стихийно формируемое информационное пространство обрушивается на город. Современное информационное пространство социума не имеет четких границ. Размывание границ пространства города приводит к потере заложенного в него градостроителями смысла, искажению его культурной идеи. Город стал, по сути, отправным пунктом информационного общества. Начиная с момента своего возникновения и всякий раз при очередном скачке общества на более высокий этап развития, город не только запечатлевал этот переход в своих пространственных формах организации и своем функционировании, но и выступал механизмом этого перехода.

Город в наше время подвержен влиянию ряда факторов. Одним из них является децентрализация культурного пространства. Отсутствие единого центра есть отсутствие культурного стержня. К другим не менее важным современным урбанизационным процессам относят: бесконтрольное разрастание городов, современную экономическую интеграцию, полное или частичное изменение доминантных функций города.

Коммуникативная функция города сегодня непосредственно отвечает за распространение культурных паттернов (образцов поведения), формируя новый стиль мышления и поведения горожан. Современный город развил обширную сеть коммуникаций, полностью поглощающих его самого. Массовая городская коммуникация становится виртуальной. Сегодня мы можем говорить о новом типе города – информационном городе. Всякий большой современный город – информационный. Социокультурное пространство информационного города безгранично, поликультурно и всегда открыто, способно включать в свою сферу новых людей и распространять свое влияние на все новые территории.

Американский экономист и социолог Ричард Флорида в конце 1990-х ввел новое понятие – творческий класс, обозначив появление нового класса людей в современной меняющейся экономике постиндустриального общества. Он также выделил характерные черты представителей творческого класса – независимость, мобильность, свобода перемещений в пространстве (в компаниях и городах) в зависимости от складывающихся условий. Для творческих людей приоритетом становится не карьера, престиж и высокая зарплата, а ценность созданных условий для работы и жизни, раскрытия своего творческого потенциала, в том числе толерантная атмосфера и творческие стимулы [см.: 12, с. 12, 23].

Поскольку доминантной характеристикой города на современном этапе развития информационного общества является коммуникативная

функция, то можно говорить о формировании нового типа городского жителя – медиагорожанина (человек нового поколения, с новыми паттернами поведения и новыми средствами общения) [см.: 10].

Происходит освоение нового ресурса – мобильности всех других ресурсов (материальных, человеческих, информационных, финансовых) [см.: 9]. Вездесущность информационных сетей освободила человека от прикрепленности к материальной инфраструктуре и сделала его гораздо более мобильным. В тоже время, у жителей города ослабевают первичные межличностные контакты, духовная жизнь характеризуется прагматизмом и расчетом, что приводит к равнодушию и духовной бедности. Благодаря этому широкое распространение получила теория «трансчеловека» [см.: 2] или постчеловека (сверхчеловека), образ которого актуализировался в трансгуманистическом мировоззрении, которое отрицает идею «возвращения к природе», поддерживает и использует разработки новых технологий (нанотехнологий, биотехнологий, информационных технологий, разработки в области искусственного интеллекта и т.д.). «Трансчеловек» – существо, которое признает возможность и желательность фундаментальных изменений в положении природы человека с помощью передовых технологий, с целью ликвидировать страдания, старение, смерть и значительно усилить физические, умственные и психологические возможности.

В XXI веке в основу функционального взаимодействия городов заложен сетевой характер. «Сеть» не нуждается в центре, она выполняет роль перераспределения информационных потоков и капиталов. Информационное пространство стало синонимом социального пространства города и служит благодатной почвой для развития новых электронных форм коммуникации.

По мнению У.Митчелла, в зарождающуюся цифровую эпоху коммуникаций городская среда меньше нуждается в специализированных пространствах, выстроенных вокруг мест накопления и доступа к ресурсам, и больше – в пространствах многогранных, гостеприимных и удобных, которые способны служить для разнообразных целей, и в которых просто хочется находиться: на смену использованию пространств по заданной проектировщиком или владельцем схеме приходит ситуативная творческая апроприация для зачастую непредвиденных целей. Мы меньше полагаемся на то, что вещи (и люди) находятся в установленных местах или доступны по четкому расписанию, и больше того – на электронный поиск и навигацию, позволяющие нам обнаруживать и добираться до того, что нужно. Ментальные карты зданий и городов перестают быть статичными отпечатками постоянных черт, становясь изменчивыми отображениями текущего положения вещей. Такая ситуация

предполагает освобождение от жестких ограничений, налагаемых predetermined программой и заранее согласованным зонированием, – избавление от способов использования пространства, созданных и навязанных господствующим на данный момент общественным строем. Она открывает возможности новых, доселе невообразимых пространственных моделей поведения. Налицо сдвиг от централизованной координации и управления к самоорганизующейся «стае», осуществляющей связь посредством электроники. По утверждению У.Митчелла, для контроля над пространством – в особенности в реальном времени – сегодня необходим контроль над эфиром [см.: 8].

Пространственно разрозненные и часто меняющиеся состав, но функционально единые скопления связанных беспроводными коммуникациями индивидуумов, становятся сегодня важнейшим фактором городской жизни.

Сегодня мы живем в мире, который характеризуется глобальной конкуренцией, быстрыми переменами и стремительными потоками информации. Скорость перемен стала настолько высокой, что привела к рождению новой эры экономики. Экономика постиндустриальной эпохи – это новая экономика, экономика инноваций и знаний. Источниками развития новой экономики становятся крупные города.

Именно массовое производство знаний и их использование, а также скорость распространения знаний, обеспеченная информационно-коммуникационными технологиями, отличает общество знаний от других типов общественного устройства. При этом главными активами общества, основанного на знаниях, выступают люди, как единственно возможные носители креативности и неявного знания, и информация.

Понятие «общество, основанное на знаниях» появилось в конце 1990-х годов XX столетия в научно-экономических кругах Европейского союза (ЕС). Появилось сначала на уровне обсуждений, дискуссий о постиндустриальном и информационном обществе, о дальнейших путях развития экономики и культуры Запада. Исторически предчувствие общества, основанного на знаниях, появляется в 1970-е годы у классика постиндустриализма Д.Белла [см.: 3]. Сходные идеи появлялись и у других авторов. Например, о возможности «информационной экономики» тогда же писал М.Порат [см.: 4, с. 23-32]. Первоначально общество, основанное на знаниях, означало:

- массовый, быстрый, дешевый и безопасный Интернет. Абсолютное большинство населения должно было регулярно обращаться во всемирную сеть – для общения, шопинга, поиска и получения новостей, удовлетворения любых личных потребностей – в образовании, здоровье, социальных действиях, хобби и т.п.;

- инвестиции в людей и знания (прежде всего прикладные, приносящие прибыль), вовлечение молодежи в информационные технологии, работу в экономике и даже политической деятельности, основанной на знании;

- наконец, это экономика, основанная на знании, – электронная коммерция, интернет-логистика, автоматизация транспортных потоков, правительство онлайн: электронное представительство государственных органов и даже здоровье онлайн.

За последующие годы широкое распространение интернета и мобильных устройств изменило не только экономику, но и социальные связи, культурную жизнь, образ жизни и даже стиль мышления населения во многих странах мира. Большое значение обрели понятия и образы, связанные с информацией, техникой, наукой. В результате в социальных и технических науках стало играть важную роль понятие общество, основанное на знании.

Сегодня основной смысл общества, основанного на знании, означает, что дальнейшее развитие западного (потребительского) общества происходит главным образом за счет наращивания знаний – фундаментальных (научных) и прикладных (техно- и экономо-знаний). Последние, будучи вовлеченными в материальную жизнь общества, становятся главной экономической силой – силой развития производства, потребления, управления, обороны и т.п.

В традиционной экономике импульсом развития городов был бизнес, который привлекал людей в города, предоставляя им рабочие места. Требования к квалификации трудовых ресурсов ограничивались конкретными профессиональными знаниями и навыками. Новой экономике нужны не трудовые ресурсы вообще и даже не квалифицированные трудовые ресурсы, а интеллектуальные ресурсы, способные создавать инновации в любых сферах. Поскольку в постиндустриальной экономике работники становятся физически менее «привязанными» к рабочим местам, сегодня бизнес приходит туда, где есть интеллектуальный капитал, либо использует такой капитал вне зависимости от того, где находятся его носители. В этой ситуации главную роль в концентрации талантливых кадров в городах начинает играть миграция.

Ускоряющиеся изменения в мировой экономической среде приводят к тому, что города больше не могут ожидать, что их бизнес и промышленность останутся неизменными. В традиционной экономике главными конкурентными преимуществами городов были транспортно-географическое положение и природные ресурсы. Сегодня компании выбирают места концентрации человеческого потенциала и лучшего качества жизни.

В новой экономике первичной становится конкуренция городов за человека. Население, в свою очередь, становится более мобильным, потоки миграции – более «разветвленными» и менее «канализованными». Решения о переезде определяются теперь не только появлением новых рабочих мест, в связи с возникновением новых производств, но целой совокупностью социальных, экономических и личностных факторов.

Благополучие города все в меньшей степени становится связанным с ростом численности его населения, но зависит от качества человеческого потенциала людей, живущих в городе. Двигателями новой экономики являются творческие, активные, амбициозные люди с предпринимательским духом. Такие люди должны составить значительную часть местного сообщества, их доля в населении должна постоянно увеличиваться. Ценностями такого человека являются разнообразие возможностей для самореализации, доступность всего мира, гражданские свободы, комфортная среда.

Еще недавно люди в первую очередь стремились к удовлетворению своих базовых потребностей, и лишь потом «поднимались» до уровня вопросов самореализации. Сегодня базовые потребности и возможности самореализации находятся практически на одном уровне. Для человека, базовые потребности которого уже удовлетворены, именно возможность самореализации становится главным стимулом принятия решений о месте жительства. Более того, значимость творческой самореализации для таких людей нередко заставляет их идти на издержки в сфере бытового комфорта. Удовлетворение от творческой деятельности, от преодоления интеллектуальных вызовов и решения сложных задач, становится наравне с фактором материального вознаграждения за труд, а иногда и перевешивает его.

Таким образом, информационно-коммуникативная революция преобразует современное общество. Термин «общество знания» становится сегодня понятным не только теоретически, но и практически. Естественно, что общество знания требует преобразования современной публичной политики и управления, в том числе управления городом.

Современное общество создает разветвленную информационную инфраструктуру, обеспечивающую потоки общения, движения товаров, производства услуг, культурное взаимодействие. Общество знания невозможно без инноваций, которые пронизывают современное производство, науку, культуру и общение. Инновационный характер деятельности заставляет учиться и делает образование решающей сферой развития производства и общественных отношений.

Приобретает существенное значение такой фактор развития, как инвестиции в людей и совершенствование их способностей.

В этом отношении технологии менеджмента знания (knowledge management) начинают использоваться в публичном секторе довольно активно. Значение менеджмента знания для публичного сектора определяется рядом обстоятельств, среди которых выделяют: роль знания как средства конкуренции между публичными акторами и между публичным и частным секторами в производстве товаров и услуг, которые все более наполняются невидимым капиталом (знаниями); необходимость постоянного обучения и переобучения государственных служащих, когда, с одной стороны, знания устаревают очень быстро, с другой стороны, в условиях подвижности кадров в управлении возникает проблема поддержания институциональной памяти и механизмов передачи опыта; усложнение целей политики и необходимость обмена знаниями в качестве фактора эффективной их реализации, минуя институциональные барьеры, разделяющие государственных служащих.

Урбанизированные системы, прежде всего города, играют ведущую роль не только в развитии отдельных сфер жизнедеятельности общества, но и влияют на характер развития цивилизации в целом. Эволюция городов – процесс многогранный и до известной степени управляемый. Однако здесь следует учитывать, что городской организм – системен, и чтобы эффективно регулировать происходящие в нем процессы, нужно всесторонне изучить его естественную морфологию, включая целый спектр, дополняющих друг друга социально значимых проблем, нерешенность которых негативно отражается на его функционировании.

Город – это «открытая» система, управляемая как городскими властями, так и различными министерствами и ведомствами и их органами на местах. Каждый раз, предпринимая управленческое действие, необходимо учитывать, как оно уложится в пространство и как пространство на него отзовется. Это делает логичным необходимость понимания зависимости между эффективностью деятельности и ее пространственными, средовыми характеристиками. Для современных городов проблемы пространственной и временной организации жизнедеятельности городского сообщества являются особенно острыми. Социальное пространство крупного современного города как сложноструктурированного субъекта, не укладывается в обычные границы административного измерения, а его стабильность и интеграция, конфликтогенность и дезинтеграция имеют многофакторную детерминацию.

Традиционная структурно-функциональная парадигма управления городом была нацелена на создание социальных систем – поселенческих комплексов, коллективов – по заданным принципам и параметрам. Основой проектирования выступал нормативный прогноз, представлявший собой научный расчет наиболее оптимального и рационального состояния социальных систем, создававшихся для достижения определенных целей. В современном обществе ситуация изменилась. Возросшая динамика социокультурных изменений, во-первых, серьезно поколебала веру в возможность и необходимость рациональных расчетов, во-вторых, трансформировала представления о будущем: оно стало пониматься как социокультурный проект желаемого состояния, вырабатываемый в процессе коммуникации. Пришло понимание того, что «город – это, прежде всего, особым образом организованное, обитаемое жизненное пространство-время. Оно создается деятельностью людей, ментальность, культура, биографии, жизненные стратегии и повседневные запросы которых и составляют социальную основу сотворения рукотворных городских ландшафтов» [см.: 5, с. 51].

Сегодня важной теоретико-методологической проблемой оптимизации системы управления социально-пространственным развитием города становится, отличная от традиционной, характеристика его субъекта и объекта. В отношении выявления сущности управления городом это требует: а) анализа самого города как системы, структуризации его подсистем; б) выявления территориальных социально-экономических систем, в которые город входит полностью или какими-то своими блоками; в) определения места города в этих системах [см.: 7, с. 18]. То есть, городская среда обладает значительно большим числом измерений и сфер проектирования, и основным субъектом его должно быть само население города и его отдельных районов. Объектом же проектирования должно быть взаимодействие, процесс коммуникации, в ходе которого и возникает среда обитания, важнейшей качественной характеристикой которой и является коммуникативность.

Следовательно, особой методологией, которая могла бы обеспечить качество управления такой сложной социальной системой, каковой является современный крупный город, является системный подход. Он позволяет дать комплексную оценку существующим определениям современного города и полнее определить его сущность. Рассматривая объект как систему, системный подход, в первую очередь, предполагает выделение в ней совокупности взаимосвязанных элементов (подсистем). Он дает возможность учесть все необходимые взаимосвязи, взаимодействия и особенности, а при постановке целей управления

всесторонне взвешивать факторы и направлять механизмы на достижение целей.

Системное представление о городе предполагает и определение его наиболее существенных свойств. С одной стороны, город является сложной социально-экономической системой, имеющей особую структуру с многообразием внутренних связей, с другой – это часть более сложной суперсистемы, включающей такие элементы, как экономика, социальная и природная среда.

Город – динамически открытая система, находящаяся в непрерывном движении, поэтому важную роль здесь приобретает вопрос устойчивости системы перед внешними воздействиями, внутренними флуктуациями для оптимизации условий выполнения системой основной функции. Процессы регулирования как основы гомеостаза проявляются на разных уровнях в различных сферах – экономической, социальной, правовой и т.д. Город выступает как саморегулирующаяся система, но нельзя не отметить, что происходит это за счет дезорганизации окружающей среды, истощения некоторой части ресурсов самой системы. Город стремится свести к минимуму внешние воздействия, и поэтому возникают расходящиеся по функциям элементы в технологиях, в социальных процессах, в экологических взаимоотношениях с природой и т.п. Соотношения расходящихся частей тогда будут создавать устойчивость всей системы, когда эти части будут дополнять друг друга.

Вместе с условиями устойчивости проявляются и системные противоречия, которые через дополнительные связи служат большей устойчивости системы «город». Системные противоречия приводят или к разрушению системы, или, чаще всего, к ее преобразованию. В градостроительстве это проявляется традиционной перманентной реконструкцией всего и вся. Особенно активизируются эти процессы в периоды социальных трансформаций, когда становится более очевидной сущность противоречий и появляется больше возможностей их локализации в новых формах, ранее сдерживаемых традициями, нормами и т.д. Говоря о связях в системах, следует отметить также закон перехода в подсистему, или принцип кооперативности, имеющий общесистемное значение. Саморазвитие любой системной совокупности непременно включает ее как подсистему в более крупную систему, в метасистему. Кооперативный эффект в градостроительстве, также как и в экологии, несомненно, создает некий энергетический и информационный оптимум. Пример тому: в природе – симбионты, в общественных структурах – города. И именно они более всего используют этот принцип при создании социальной, инженерной и

других инфраструктур, где индивидуальные усилия людей малоэффективны [см.: 1, с. 105].

Таким образом, с точки зрения системной методологии, управление социально-пространственным развитием города должно включать в себя:

1) управление «овеществленными» общественными отношениями (т.е. управление градостроительством и градоразвитием, а также преобразованием уже сложившегося архитектурного облика);

2) управление «реальными» пространственными отношениями (т.е. расселением, социальной инфраструктурой, эксплуатацией жилищного фонда, экономическими отношениями в сфере недвижимости и т.д.);

3) регулирование развития социальных инициатив в сфере городской жизни, архитектурной и социально-пространственной культуры человека, его ценностных ориентаций и т.д.

Социология управления позволяет рассматривать город, особенно в таком его крайнем проявлении, как мегаполис, как явление общественной природы, результат самоорганизации общества. Город объединяет людей не на основе родственных связей, а на основе общественных отношений. По мере повышения уровня жизни населения происходит переориентация его ожиданий от предоставления городом материальных жизненных благ к качеству жизни (состояние окружающей среды, безопасность, эстетика и психологическая сбалансированность внутренней городской среды, инфраструктура, социальная поддержка, медицинское обслуживание и т.п.).

В современных условиях возрастает значение стратегического управления городом, основанного на методологии социологии управления. Стратегическое управление ориентировано, главным образом на внешнюю среду. Сложность стратегического управления городом заключается с одной стороны, в недопустимости свыше нормативного, рисков связанных с жизнедеятельностью населения. С другой стороны, вредны и упущенные возможности, связанные с устойчивым развитием: нельзя экономить то, что в будущем не пригодится или не будет иметь большой ценности или может быть восполнено.

Концептуальная модель стратегического управления городом включает:

- определение миссии города и цели органов управления;
- выработку стратегии развития;
- ретроспективный анализ развития города с оценкой существующей ситуации, сбалансированности развития отдельных подсистем и уровня социальной обеспеченности населения в

сопоставлении с социальными стандартами, с выявлением ключевых проблем в его развитии;

- анализ динамики среды функционирования города и применение SWOT-анализа;

- оценку (на основе проведенного анализа) имеющихся собственных ресурсов и предпосылок развития;

- ранжирование проблем по степени приоритетности;

- определение генеральных направлений социально-экономического развития города;

- в концепции, как правило, рассматриваются возможные варианты (сценарии) перспективного развития муниципального образования; даются рекомендации о направлениях и масштабах (в случае необходимости) государственной помощи и поддержки;

- комплекс мероприятий по основным направлениям развития в разрезе отдельных подсистем города с выделением основных этапов реализации и определением исполнителей, объемов и источников финансирования;

- разработку критериев оценки эффективности стратегического управления;

- оценку рисков стратегических решений и разработка механизма корректировки решений;

- аналитическую и информационную поддержку процесса стратегического управления;

- организацию связи с общественностью и информирования населения. Организация связи с общественностью (PR) едва ли не важнейший элемент модели стратегического управления городом. Население не может быть непосредственным субъектом управления, не может оно и разработать стратегию развития, т.к. не обладает оно и самосознанием. Вместе с тем, население выбирает субъект управления, который управляет в интересах населения.

Противодействие населения мероприятиям по модернизации приводит к деструктивным процессам, тормозящим развитие. Следовательно, население должно понимать свое «счастье», к которому ведут его руководители. Горожане должны быть информированы о перспективах и современном состоянии развития города. Не менее важна эта работа и по отношению к сотрудникам учреждений, осуществляющих стратегическое управление.

Литература

1. *Алексеева-Бескина Т.И.* Саморазвивающаяся система города и константы переходных процессов урбогенеза // Город в процессах исторических переходов. Теоретические аспекты и социокультурные характеристики. М.: «Наука», 2001. С. 105.
2. *Базалук О.А., Владенова И.В.* Философские проблемы космологии: Монография. Харьков: НТИ «ХПИ», 2013. 190 с.
3. *Белл Д.* Социальные рамки информационного общества. М.: Экономика, 2004. 308 с.
4. *Войцехович В.Э.* Антропный принцип как философско-математическая проблема: существует ли число человека? // Вестник Тверского государственного университета. Серия «Философия». 2007. № 3 (31). С. 23-32.
5. *Дридзе Т.М.* Экоантропоцентрическая парадигма в социальном знании и управлении // Человек. 1998. № 2. С.51.
6. *Зацепилин Ю.В.* Город как социум в эпоху всеобщей информатизации. Челябинск: НП «Институт развития города», 2006. С.115.
7. *Кайсарова В.П.* Городское управление. – СПб., 2003. С.18.
8. *Митчелл У.Я.* Человек, город, сети. М.: Strelka Press, 2012. 328 с.
9. *Никитин В., Чудновский Ю.* Основание иного. К.: Оптима, 2011. 176 с.
10. *Паламарчук М.Л.* Город как социокультурный феномен: Дис. ...канд. филос. наук. Мурманск, 2009. 134 с.
11. *Трубина Е.Г.* Город в теории: опыт осмысления пространства. М.: Новое литературное обозрение, 2011. 520 с.
12. *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2007. С.12, 23.

НЕДОВОЛЬСТВО КАК ГОРОДСКОЙ ФЕНОМЕН: СИНТЕЗ МИКРО- И МАКРОПЕРСПЕКТИВ ИССЛЕДОВАНИЯ В КОНЦЕПТУАЛЬНЫХ РАМКАХ СОЦИОЛОГИИ ОБЩЕНИЯ

Аннотация: В работе анализируются основные теоретико-методологические параметры социологии эмоций и социологии общения, которые, согласно точке зрения автора, определяют концептуальные рамки исследования недовольства. Недовольство рассматривается как долгосрочная эмоция, воспроизводящаяся при определенных макроструктурных условиях в цепочках взаимодействий, ритуалах, различных социальных связях и практиках повседневности современного города.

Ключевые слова: Социология общения, социология эмоций, недовольство, городская жизнь, теория ритуалов взаимодействия, эмоции и рациональность, эмоции и действие, коллективное действие

Abstract: The paper presents conceptual model of discontent in the framework of sociology of social intercourse. It applies interaction ritual theory as a middle range theory for the study of discontent on the micro-level of interactions. Discontent is characterized as a long-term emotion based on a moderate emotional energy. Such emotions are produced and reproduced in interaction ritual chains that generate a community of dissatisfied persons as well as the negative sacred objects of discontent. Social inequality is considered as a macrostructural condition of discontent that mediates structural changes and collective actions. Such a conceptualization provides theoretical foundation for studying discontent as an urban phenomenon determined by the macroconditions of class and micropatterns of social intercourse.

Key words: Sociology of social intercourse, sociology of emotions, discontent, urban life, interaction ritual theory, emotions and rationality, emotions and action, collective action

Постановка проблемы

Статья представляет результаты теоретического этапа исследования повседневных практик производства и воспроизводства недовольства в среде трудовых мигрантов, организованного кафедрой сравнительной социологии СПбГУ¹.

¹ Исследование выполнено при финансовой поддержке РГНФ в рамках проекта проведения научных исследований «Недовольство как фактор, обуславливающий повседнев-

Феномен недовольства становится одним из существенных явлений повседневной жизни современного города. «Кухонные» жалобы, риторика недовольства в социальных сетях и в СМИ, группы интересов, организуемые на основании недовольства кем-либо или чем-либо, мобилизация «рассерженных горожан» на коллективные действия – все это пронизывает нашу повседневность, является фоном рутинных действий, а иногда (как в случае протестной активности) выходит на передний план существования горожан. Если в 18-19 вв. социальные движения и революции определялись настроениями крестьян и сельских жителей [1], то недовольство и коллективное действие дня сегодняшнего это, в первую очередь, городское явление [см., например, 2, 3].

Каковы причины подобного положения дел? Интуитивно ясно (и это будет показано ниже), что недовольство связано с макроструктурными условиями – социально-экономическими, политическими, культурными. Эти изменения, разумеется, затрагивают горожан, но часто происходит так, что последствия макросоциальных изменений тяжелее в сельской местности [4]. Здесь мы сталкиваемся с парадоксом, который требует разрешения: почему недовольны горожане, хотя у жителей сельской местности есть (казалось бы) равные или большие основания для недовольства? Самый общий ответ на этот вопрос в рамках городских исследований: горожане недовольны, потому что этому способствует структура их общения. Население города больше, контакты в городской среде более разнородны, горожане имеют больше «площадок» для взаимодействия, в том числе и тех, что предоставляет Интернет.

Но как именно связаны социальные взаимодействия горожан и макроструктурные условия? В каких случаях социальные взаимодействия и повседневные практики современного города обуславливают возникновение недовольства? И когда недовольство может перейти в коллективное действие? Цель настоящей статьи – дать предварительные ответы на эти вопросы, для чего следует представить и обосновать теоретические предпосылки исследования недовольства как социального феномена. Мы будем рассматривать недовольство на общем уровне, не ограничиваясь рамками городской жизни. Однако предложенная концептуальная модель, как представляется, способна «ухватить» специфику городского недовольства и может служить основанием эмпирических исследований в современных городах.

Наша гипотеза состоит в следующем – *на современном этапе развития социологического знания концептуальные рамки исследования недовольства определяются теоретико-методологическими основаниями социологии общения*. Мы понимаем общение как широкую категорию, которая рассматривается в различных социологических концепциях исходя из трех перспектив: как реализация макроструктурных условий; как социальное взаимодействие, в результате которого происходит обмен информацией, символами, способностями и т.п.; и как производство и воспроизводство некой общности в процессе взаимодействия. В специальной литературе данные перспективы представлены как парадигмы исследования общения [5], а отношения между парадигмами характеризуются как «псевдоконфликтные» [6, 7]. Этап активных аналитических и экспериментальных работ сменяется этапом синтеза и обобщающих исследований, которые позволяют анализировать взаимодействие, изменяющее самих взаимодействующих, формируя социальную общность.

Исходя из постановки проблемы, выбор в пользу социологии общения объясняется тем, что она дает основания для синтеза микро- и макро-перспектив исследования недовольства как «продукта» общения горожан – как реализации структурных отношений, как обмена информацией и как формирования новых общностей.

В качестве теории среднего уровня, которая позволит «перевести» общие положения социологии общения для анализа феномена недовольства выступит социология эмоций. Социология эмоций как отдельное направление возникла в середине 1970-х гг., хотя ее истоки можно обнаружить в работах классиков социологии: Э. Дюркгейма, Ф. Тенниса, Г. Зиммеля [8]. Сегодня она активно развивается и представляет набор конкурирующих и взаимодополняющих теоретических подходов без доминирования главной теории [9]. Тем не менее, большинство теоретических подходов ориентируется на наследие позднего Э. Дюркгейма, в рамках которого социологическое исследование эмоций предполагает их рассмотрение в качестве «двигателя» и результата взаимодействия.

Мы рассматриваем социологию эмоций как особое направление социологического анализа общения, при помощи которого в нашем исследовании будет концептуализироваться недовольство. При этом, недовольство анализируется как «продукт» общения, исходя из двух перспектив, которые были обнаружены для недовольства горожан: как эмоция, недовольство, с одной стороны, обусловлено определенными структурными условиями, с другой стороны, воспроизводится в определенной конфигурации повседневных социальных взаимодействий. Мы полагаем, что соединение этих перспектив, ставшее возможным на со-

временном этапе социологического анализа общения, позволит ухватить специфику недовольства, которая ускользает в «классических» социологических теориях.

**Теоретические основания:
социология эмоций vs. теория рационального выбора**

Понятие «недовольство» заимствовано из словаря быденного языка. Словарь Ожегова дает следующее определение: «НЕДОВОЛЬСТВО, -а, ср. Отсутствие удовлетворённости, отрицательное отношение к кому-чему-н.» [10]. Перед исследователями встает вопрос: как «перевести» это понятие на язык социологии?

Представляются возможными два варианта «перевода». Первый и наиболее очевидный – определить недовольство в терминах теории рационального выбора как продукт несоответствия ожиданий и фактических результатов. Такое решение, однако, является проблематичным по ряду оснований.

Во-первых, теория рационального выбора не способна уловить специфику недовольства как состояния: сама формула «несоответствие ожиданий и фактических результатов» является самодостаточным описанием ситуации в рамках этой теории, «недовольство» здесь – лишнее слово. В зависимости от исходных предпосылок (концепция рациональности, полнота информации, наличие неопределенности и т.д.), реакция на ситуацию несовпадения ожиданий и фактического положения дел может принять форму «выхода» или «голоса» [11], модифицировать ожидания в соответствии с полученным опытом («адаптивные ожидания») или получением новой информации («рациональные ожидания»). Иными словами, «недовольство» в теории рационального выбора едва ли способно стать самостоятельным объектом исследования.

Во-вторых, широкой критике подвергаются сами основы теории рационального выбора, за чрезмерное упрощение человеческого поведения, которая влечет неспособность объяснять «аномалии», связанные с явно иррациональным поведением [12, 13, 14] и нормативный характер, предписывающий наиболее рациональную стратегию, но упускающий реальное развертывание действия. Такого рода «сильная» критика неизбежно поднимает вопрос о пределах «рациональной реконструкции» социальной реальности [15], рассмотрение которого выходит за рамки нашего исследования. «Слабая» критика не ставит под вопрос рациональность действия, но вводит в анализ разнообразные ограничения (когнитивные, институциональные, структурные etc), «пропущенные» теорией рационального выбора [см., например, 16, 17, 18]. Промежуточное место занимают исследования, не столько акцентирующие

внимание на ограничениях рациональности, сколько демонстрирующие роль различных «внешних» факторов в ее формировании, и в частности – роль повседневных практик [см., например, 19, 20].

Продолжая «слабую» критическую линию, мы попытаемся преодолеть слабые места теории рационального выбора, осуществив тематизацию и концептуализацию недовольства, используя концептуальный аппарат социологии эмоций.

Далее мы покажем, каким образом социология эмоций позволяет тематизировать и концептуализировать недовольство на макро- и микро- уровнях анализа. *Недовольство будет рассматриваться как эмоция, (1) обусловленная определенными структурными условиями и (2) воспроизводящаяся в определенной конфигурации повседневных социальных взаимодействий.* Здесь мы основываемся на понимании повседневности П.Штомпки, согласно которому понятие социального взаимодействия является ключевым для социологического осмысления повседневности [21].

Концептуализация эмоций в теории ритуалов взаимодействия

Для концептуализации недовольства на уровне повседневных взаимодействий будет использована теория ритуалов взаимодействия (interaction rituals) Рэндалла Коллинза [14], одного из основоположников и наиболее значительных фигур в социологии эмоций. (Безусловно, мы будем привлекать идеи и других авторов, но центральной для нас будет именно концепция Коллинза).

Теория ритуалов взаимодействия Р.Коллинза продолжает традицию исследования ритуала Э.Дюркгейма и И.Гофмана [14]¹. Автор характеризует условия и механизм ритуала взаимодействия следующим образом. Во-первых, необходимо физическое соприкосновение нескольких людей² и наличие групповой границы, отделяющей их от «чужаков». Кроме того, должен присутствовать общий фокус внимания (mutual focus of attention) – объект, к которому обращены все присутствующие – и общий настрой (shared mood). В этом случае возможно взаимное усиление фокуса внимания и эмоционального настроения через «ритмическое вовлечение» (rhythmic entrainment) – в форме дружеской беседы, аплодисментов в театре, одновременного смеха или как-либо еще. Если вовлечение

¹ Само понятие – interaction ritual – заимствовано автором у И. Гофмана.

² Коллинз рассматривает случаи общения через средства удаленной коммуникации как «ослабленное» со-присутствие.

имеет место, в группе возникает «коллективное возбуждение» (collective effervescence)¹, характеризующее успешный ритуал взаимодействия.

Успешный ритуал имеет несколько следствий. Во-первых, у его участников возникает групповая солидарность: они осознают себя единой группой, и принадлежность к этой группе осознается как нечто ценное. Во-вторых, появляются символы принадлежности, или сакральные объекты, притягательные для членов группы (часто это те объекты, на которых фокусировалось общее внимание). В-третьих, ритуал часто порождает стандарты групповой морали, направленные на защиту сакральных объектов². Наконец, следствием ритуала взаимодействия является увеличение эмоциональной энергии в индивиде.

На рисунке [14, р. 48] графически представлены составляющие и результаты ритуала взаимодействия:

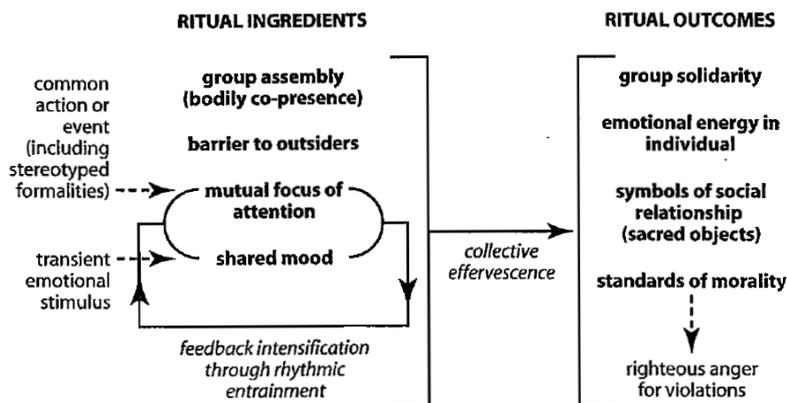


Figure 2.1 Interaction ritual.

Как мы видим, эмоции, по Коллинзу, – это неотъемлемая часть социального взаимодействия. Они представляют одну из составляющих ритуала взаимодействия (общий настрой), включены в сам процесс взаимодействия (ритмическое вовлечение, коллективное возбуждение) и являются одним из его результатов (эмоциональная энергия).

¹ Этот термин – один из ключевых в «Элементарных формах религиозной жизни» Э.Дюркгейма.

² Как следствие ритуала взаимодействия могут возникать и так называемые «негативные сакральные объекты», в отношении которых групповая мораль предписывает испытывать отрицательные чувства.

Автор предлагает различать краткосрочные (short-term) и долгосрочные (long-term) эмоции. Первые связаны с самим взаимодействием и могут быть легко «прочитаны» в мимике и жестах. Это то, что понимается под эмоциями в обыденном языке: страх, гнев, восторг, удивление, зависть и т.п. В отличие от этого, долгосрочные эмоции – это длительные эмоциональные состояния, являющиеся результатом цепочки взаимодействий. Именно этот результат Коллинз и называет «эмоциональной энергией», которая может быть определена как готовность вступать во взаимодействие, сопровождающаяся чувством уверенности и энтузиазмом. Чем выше эмоциональная энергия индивида, тем легче ему достичь успешного ритуала взаимодействия¹.

Как связаны краткосрочные и долгосрочные эмоции? В теории Коллинза краткосрочные эмоции – это ответ на резкие изменения, перепады в «потоке» эмоциональной энергии в ходе взаимодействия². Краткосрочные эмоции могут влиять на увеличение и уменьшение эмоциональной энергии. Однако это не единственный определяющий фактор: успех или неуспех ритуала – тем более, цепочки ритуалов – без эмоциональных «всплесков» оказывает не меньшее влияние на уровень эмоциональной энергии.

Как именно ритуалы взаимодействия влияют на изменение эмоциональной энергии? Коллинз выделяет два типа ритуалов взаимодействия: статусные и властные, которые могут накладываться друг на друга или существовать в «чистом» виде [см. также 22].

Властные ритуалы основаны на неравенстве и фокусируются на приказе: одна сторона отдает приказы, другая – подчиняется. В этом случае взаимодействие асимметрично: эмоциональная энергия увеличивается у приказывающего и уменьшается у подчиненного.

Статусные ритуалы происходят внутри группы равных (обладающих статусом принадлежности к группе). В этом случае взаимодействие симметрично³, а разделение участников проходит по линии включение –

¹ На физиологическом уровне это может быть описано как «настроенность» (attunement) нервной системы человека на ритмическое вовлечение во взаимодействие с другими людьми.

² Сходную трактовку эмоций можно обнаружить у Дж. Барбалета [13]. Он выделяет неосознаваемые «фоновые» (backgrounded) эмоции, в которых укоренено рациональное действие, и эмоции «переднего плана» (foregrounded), которые прерывают привычный ход вещей. Именно последние в обыденном языке называются эмоциями. Подобным же образом другой теоретик эмоций, Ю. Эльстер, вводит различие краткосрочных, сфокусированных и не поддающихся сознательному контролю эмоций и эмоциональных состояний [23] или диспозиций [24], более длительных, не имеющих конкретной направленности и отчасти контролируемых волей и сознанием индивида.

³ Можно представить случай, когда ритуал среди равных будет асимметричным: например, один из собеседников рассказывает другому о собственных проблемах, не откли-

исключение. В группе успешный ритуал увеличивает эмоциональную энергию для каждого индивида, включенного в нее, а для исключенных попытка участия во взаимодействии приводит к потере эмоциональной энергии¹. Внутри группы может существовать дифференциация: у тех, кто находится в центре внимания, прирост эмоциональной энергии больше, у тех, кто на периферии, – меньше. Тем не менее, в случае успешного ритуала эмоциональная энергия возрастает у всех членов статусной группы.

Как долго сохраняется эмоциональная энергия после успешного ритуала? И каким образом она может быть востребована в период между взаимодействиями? Коллинз полагает, что эмоциональная энергия сохраняется непродолжительный период – от нескольких часов до нескольких дней – и требует постоянного возобновления через успешные ритуалы взаимодействия. Между взаимодействиями она сохраняется в сакральных объектах (групповых символах), имеющих для индивида эмоциональную притягательность. Эти объекты могут быть результатом прошлых ритуалов или заимствованы из разделяемого культурного фона. Чем больше эта притягательность для участников взаимодействия, тем легче им достичь коллективного возбуждения в следующем ритуале. Поэтому индивиды склонны вступать в те ритуалы (с теми же участниками, по поводу тех же сакральных объектов), которые в прошлом были успешными.

Итак, эмоциональная энергия – это долгосрочная эмоция, которая является результатом цепочки ритуалов взаимодействий. Она определяет степень готовности индивида вступать в новые взаимодействия и сопровождается чувством уверенности в себе и энтузиазмом. Эмоциональная энергия со временем «истощается» и нуждается в непрерывном восстановлении за счет новых взаимодействий. В период между взаимодействиями она «сохраняется» в эмоционально притягательных сакральных объектах, вокруг которых могут быть организованы новые успешные ритуалы взаимодействия.

Недовольство как долгосрочная эмоция

В каких терминах может быть определено недовольство, используя концептуальный аппарат теории ритуалов взаимодействия? Прежде все-

каясь на попытки переменить тему или поделиться собственным опытом. Такие ритуалы, однако, представляют собой исключение.

¹ Неудавшийся ритуал (failed ritual) – ритуал, в ходе которого не произошло коллективное возбуждение – можно рассматривать как порождающий взаимное исключение. При этом каждый из участников теряет эмоциональную энергию.

го, *недовольство* – это *долгосрочная эмоция*. Можно наблюдать моментальные проявления недовольства во время взаимодействия, но само недовольство – это длительное эмоциональное состояние, которое производится и воспроизводится через цепочки ритуалов взаимодействия.

Как недовольство соотносится с эмоциональной энергией? На первый взгляд, недовольство как отрицательное эмоциональное состояние должно соответствовать низкому уровню эмоциональной энергии. Однако ее низкий уровень, согласно Коллинзу, выражается в депрессии – в избегании ритуалов взаимодействия и неспособности участвовать в них. Недовольство же предполагает активную отрицательную реакцию в адрес кого-либо или чего-либо¹. Во время взаимодействий оно может актуализироваться в краткосрочных эмоциях, таких как гнев, раздражение, зависть, обида (*resentment*). Следовательно, недовольство как долгосрочная эмоция и сопровождающие его краткосрочные эмоции требуют умеренного уровня эмоциональной энергии – достаточного, чтобы быть активно недовольным, но не достаточного, чтобы повлиять на объект недовольства. Низкий уровень эмоциональной энергии будет иметь следствием не недовольство, а апатию.

Кроме того, в фокус нашего исследования не попадают мимолетные полуосознанные эмоциональные состояния, связанные с неудовлетворенностью. Насколько оправдана столь «узкая» трактовка недовольства? Мы интересуемся недовольством как осознаваемой долгосрочной негативной эмоцией, направленной против определенного объекта. Подобное же осознание и обращение к конкретному объекту возможно только при коллективно разделяемом и поэтому осознаваемом эмоциональном состоянии. В противном случае можно лишь фиксировать изменения в уровне эмоциональной энергии и смену краткосрочных эмоций, не имеющие социологически значимых следствий: не возникает ни групповой солидарности, ни сакральных объектов, ни возможностей дальнейших действий и взаимодействий. Более того, существует возможность, что культурные установки трансформируют эти полуосознанные состояния в чувство вины по поводу собственной неспособности добиться успеха [13]. В этом случае мы будем иметь дело с противоположным – с недовольством собой, а не каким-либо внешним объектом.

¹ Согласно Барбалету, *resentment* всегда является направленным, причем, в отличие от ницшеанской трактовки, направленным «обоюдно» – от доминируемых к доминирующим, и наоборот [25]. Эльстер подчеркивает интенциональность как ключевую характеристику эмоций. Подход Коллинза в целом созвучен этой идее; отличие состоит в том, что Коллинз, в отличие от Эльстера, не проводит жесткого разграничения между краткосрочными и долгосрочными эмоциями. Согласно Эльстеру, эмоции краткосрочны, интенциональны и спонтанны, в отличие от эмоциональных диспозиций, поддающихся сознательному контролю, долгосрочных и ненаправленных – они не являются эмоциями [23].

При такой постановке вопроса перед исследователем недовольства встает ряд вопросов: Какие ритуалы взаимодействия могут производить и воспроизводить эмоциональную энергию недовольства? В каких группах могут происходить ритуалы, формирующие и поддерживающие недовольство? Вокруг каких объектов может фокусироваться внимание группы? Каков механизм ритмического вовлечения? Попробуем ответить на эти вопросы абстрактно, без учета специфики группы, в которой формируется недовольство.

Эмоциональная энергия для воспроизводства недовольства может быть получена как из успешных статусных ритуалов (для всех членов группы), так и из властных ритуалов (для приказывающего). Тем не менее, формирование недовольства как долгосрочной эмоции возможно только в статусных ритуалах. Только в статусных ритуалах возможно осознание общего, разделяемого всеми членами группы недовольства и концентрация вокруг конкретного объекта, вызывающего недовольство, который становится негативным сакральным объектом. Успех такого ритуала взаимодействия – если он привел к увеличению эмоциональной энергии его участников – является предпосылкой формирования цепочки ритуалов, в которых недовольство будет воспроизводиться. Во властных же ритуалах группа концентрируется вокруг приказов, а вся эмоциональная энергия, возникшая в ритуале, «переходит» отдающему приказу, у которого нет ни основания для недовольства, ни тех, с кем он мог бы его разделить. (Другой вопрос, что сами приказы могут стать объектом недовольства в статусном взаимодействии между подчиненными – в жалобах на начальника в «курилке»).

Формирование негативных сакральных объектов имеет важное следствие. Подобные объекты в значительной мере конституируют группу, следовательно, это объекты должны иметь большое значение для самоопределения группы. И наоборот, качества, важные для самоопределения группы, будут проецироваться на объект недовольства со знаком «минус»: как «они» по отношению к групповому «мы». Эти два процесса, усиливая друг друга, приводят к тому, что объект недовольства близок к «негативу» группы, в которой циркулирует недовольство [26]. Например, они – богатые, а мы – бедные или они – неверные, а мы – мусульмане; при этом отнесение себя к «бедным» или «мусульманам» становятся все более важным именно при сравнении с «богатыми» или «неверными».

Наконец, каким образом происходит ритмическое вовлечение? Как участники осознают и взаимно усиливают общий настрой и общий фокус внимания? В повседневных взаимодействиях это происходит, как правило, в разговорах об объектах недовольства. Именно в беседах в школьной или рабочей столовой, в офисной «курилке», на домашней

кухне и т.п. недовольные осознают себя как недовольных и определяют конкретный объект недовольства. Именно эти «закулисные» (backstage) беседы производят и воспроизводят эмоциональную энергию недовольства в повседневной жизни. Кроме того, недовольство может производиться в массовых взаимодействиях – на митингах, собраниях, стачках. В этом случае механизм вовлечения включает не только и не столько разговор, сколько совместные действия – аплодисменты или свист в адрес выступающего, скандирование лозунгов, совместный марш и т.п. Для массовых взаимодействий, однако, требуется уже достаточно высокий уровень недовольства среди участников (который побудил бы их прийти на собрание и обеспечить бы общий настрой) и возможность концентрации внимания на одних и тех же объектах, что требует относительной однородности группы.

Макросоциальные условия недовольства

Мы сделали вывод, что недовольство формируется в статусных ритуалах взаимодействия, когда внимание группы фокусируется на одном объекте и все участники испытывают одинаковые негативные чувства в отношении этого объекта (гнев, обида и т.п.). В каких случаях подобное возможно? Это вопрос о макросоциологических условиях недовольства: все участники должны быть предрасположены к тому, чтобы испытывать негативные эмоции по отношению к одному объекту, но при этом быть неспособными изменить или уничтожить этот объект. Такое положение обычно характерно для подчиненных и зависимых, для тех, кто имеет мало ресурсов и зависит от тех, у кого этих ресурсов много. Примером может служить отношение учеников к учителям, рабочих к владельцам предприятия, служащих к начальникам, детей к родителям, горожан к политикам в том случае, если у первых есть возможность собираться и обсуждать объект недовольства.

Но почему те, у кого меньше ресурсов, в принципе должны испытывать недовольство? Иными словами, почему нечто определяется как объект недовольства? Недовольство не будет иметь место, если неравное распределение ресурсов или подчиненное положение ожидаемы, иными словами – признаются справедливыми [13, 27]. В этом случае может иметь место принятие ситуации или – как было отмечено выше – самообвинение. Следовательно, *недовольство связано с нарушением осознаваемых или неосознаваемых (фоновых) ожиданий¹, а в терминах теории ритуалов взаимодействия – с неожиданными нарушениями*

¹ Возникновение и изменение эмоций (особенно кратковременных) в принципе часто связывается с нарушением ожиданий [28].

«потока» эмоциональной энергии в повседневных взаимодействиях. При этом нарушение ожиданий должно иметь место у некоторого числа индивидов, которые образуют потенциальную группу¹, в которой могло бы производиться и воспроизводиться недовольство.

Наиболее интересная для наших целей попытка концептуализации эмоций на макроуровне принадлежит Джеку Барбалету. Опираясь на работы Т.Х.Маршалла, Барбалет указывает на то, что социальное неравенство имеет эмоциональное измерение, выражающееся во взаимных чувствах классов по отношению друг к другу, и не сводящееся к психическому опыту отдельных индивидов. Согласно Барбалету, классовые эмоции всегда имеют место в условиях социального неравенства. Неравное распределение власти и доходов порождает множество эмоций, наиболее важной из которых является class resentment. Это чувство возмущения и обиды, которое индивиды и группы испытывают в ситуации, когда внешняя сила (agensu) лишает их возможностей и ценных ресурсов (в т.ч. статуса), которые в иной ситуации были бы им доступны [25]. Такого рода эмоции связаны с макро-факторами, действующими в долгосрочной перспективе – структурами социального неравенства, и могут рассматриваться как «фоновые». Однако, Барбалет выделяет также и средне- и краткосрочные макро-факторы, провоцирующие определенные эмоции, а именно – относительные изменения экономической конъюнктуры, связанные со сменой торговых циклов (trade cycles). Изменение ряда макроэкономических параметров может повлечь несоответствие ожиданий и фактического положения дел (например, между ожидаемым и реальным доходом в данный период) и создать относительное неравенство внутри подгрупп одного класса (например, между занятыми в разных секторах экономики), или усилить межклассовое неравенство. Таким образом, внимание к циклическим изменениям макроэкономических показателей позволит связать недовольство с влиянием экономических кризисов и их последствий, а также избежать смешения причины возникновения и «точки приложения» эмоции, не обязательно совпадающих (на что указывал еще Д.Юм [см.: 24]).

Итак, у нас есть теория, описывающая два вида факторов макроуровня (социальная структура и экономические циклы), обуславливающие возникновение эмоций (Барбалет), и теория, описывающая механизм воспроизводства эмоций в повседневном взаимодействии (Коллинз). Однако как именно циклические колебания экономики провоци-

¹ Это близко к пониманию Бурдьё классов как групп индивидов, аналитически выделяемых социологом на основании сходства в структуре капитала. При этом такая классификация имеет следствия для социальной реальности: мобилизация людей, относимых к одному классу, более вероятна, чем людей разных классов [29].

ругут недовольство? Интуитивно очевидным представляется рассмотрение недовольства как реакции на действие этих факторов. Здесь можно отталкиваться от вышеупомянутой модели А.О. Хиршмана. Эта модель описывает поведение индивида при столкновении с ухудшением ситуации¹ – политической, экономической или какой-либо иной [11]. Согласно Хиршману, при таких условиях возможны три универсальные реакции: выход, голос и верность. Выход означает смену среды (например, переход в другую фирму или эмиграция), голос – попытку повлиять на ситуацию изнутри (например, письма дирекции фирмы или политические протесты), верность – принятие изменившейся ситуации.

Каким образом недовольство может быть содержательно вписано в рамки этой схемы? Вслед за экзистенциалистами [30], эмоции (недовольство, в частности) можно представить не как пассивное переживание, а как активную реакцию индивида на изменение внешней или внутренней среды. Иными словами, эмоция – это то, что остается, когда невозможны ни «выход», ни «голос». Представляется, однако, что такой подход чрезмерно упрощает суть дела. Полноценная концептуализация эмоции на макроуровне возможна лишь после прояснения связи между эмоцией и (рациональным) действием.

Юн Эльстер и Джек Барбалет, указывают на то, что эмоции являются критически важным измерением действия, являясь не столько противоположностью рациональности, сколько ее необходимым основанием. Отказ от простого противопоставления рационального и аффективного действий отчасти является возвращением к идее «интереса» как «спокойной страсти», уравновешивающей более бурные и разрушительные эмоциональные проявления, которую можно найти у Д.Юма и А.Смита [31]. Так, Эльстер рассматривает «тенденцию к действию» (*tendency of action*) как одну из ключевых характеристик эмоции [24], а Барбалет видит в эмоциях ключевой опыт, необходимый для реализации коллективного действия [13, 25, 32]. Такой подход подразумевает, что эмоциональное измерение имеет место не только в ситуации одновременной недоступности «выхода» и «голоса», но именно эмоциональный контекст определяет, какая именно реакция будет избрана. Так, эмоция может рассматриваться и как необходимое условие действия, и как отказ от действия.

Итак, мы выяснили, что эмоция является не действием, а скорее – одним из его условий и не противостоит рациональному действию, но дополняет и делает его возможным. Не только ситуация недоступности «выхода» и «голоса», но сам «выход» осуществляются в контексте и на основании определенных эмоций. Это верно и для «голоса», к рассмотрению которого мы и перейдем далее.

¹ Ухудшение ситуации влечет за собой нарушение ожиданий.

Недовольство и коллективное действие

В ее изначальной формулировке модель Хиршмана подразумевает соответствие «выхода» – рыночному механизму и индивидуальному действию, «голоса» – политическому механизму и коллективному действию [11]. Хотя «голос» и не обязательно должен быть коллективным, мы рассмотрим его связь с недовольством в контексте коллективного действия, поскольку, вслед за Барбалетом, предполагаем существование макро-измерения эмоций.

Введение эмоций в анализ коллективного действия позволяет объяснить, почему в одних ситуациях оно имеет место, отсутствуя в других, при прочих равных условиях. Слабым местом классового анализа всегда являлось отсутствие непротиворечивой теории агентности (agency), которая могла бы объяснить, как из множества индивидов, занимающих сходные позиции в социальной структуре, формируется мобилизованная, солидарная и готовая к действию группа, из «класса-в-себе» – «класс-для-себя», – процесс, названный П.Бурдые «таинственной алхимией» (Бурдые). Джек Барбалет подчеркивает слабость существующих объяснений, опирающихся на понятие «ложного сознания» и культурные различия, указывая на эмоциональную природу опыта коллективного действия, находящуюся за пределами сознания (подробную критику см. в [32]). Иными словами, именно от эмоционального контекста будет зависеть возникновение и конкретная форма коллективного действия. Сходную точку зрения высказывает Ю. Эльстер, указывая на то, что коллективные эмоции могут как способствовать, так и препятствовать коллективному действию, например, преодолению «проблемы безбилетника» (free-rider problem) [24]. *Именно эмоции, такие как недовольство, связывают структурные условия и коллективное действие, являясь ключевым фактором формирования (или не-формирования) классовой агентности.* В зависимости от конкретной динамики повседневных взаимодействий и уровня эмоциональной энергии предпочтение будет отдано «выходу», «голосу» или различным модальностям «верности» («недовольство» или «надежда»).

Исследователи коллективного действия подчеркивают, что возникновение социального движения при наличии недовольства конкретно и связано с переплетением разнородных исторических обстоятельств: постепенной формулировкой новых идеалов справедливости, появление лидера, должной организацией, групповой динамикой и т.п. [27]. Мы выделим те условия, которые являются необходимыми для возникновения коллективного действия с точки зрения социологии эмоций.

Возможность коллективного действия задается двумя параметрами – уровнем эмоциональной энергии и наличным уровнем материальных ресурсов. Изменение материального положения зависит от макроусловий, изменение эмоциональной энергии – от цепочек взаимодействий, в которых она вырабатывается.

Увеличение эмоциональной энергии участников группы недовольных может происходить за счет успешных ритуалов взаимодействия вне группы и внутри группы. Последнее более значимо для коллективной мобилизации: при длительной цепочке успешных ритуалов взаимодействия в группе недовольных производится все больше групповой солидарности, связи между членами группы становятся все более значимыми, а групповые символы/сакральные объекты (в том числе, объекты недовольства) приобретают все большую эмоциональную «заряженность». Кроме того, усиление групповой солидарности может приводить к увеличению материальных ресурсов: ресурсы членов группы объединяются и могут использоваться группой в целом.

Следует учесть еще одно условие мобилизации: уровень ситуации, которая вызывает недовольство, – точнее, объект, на который направлено групповое недовольство. Если рабочие недовольны начальником цеха, для коллективного действия им достаточно объединиться внутри цеха. Если же недовольство вызывает управление предприятия в целом, коллективное действие потребует объединения рабочих разных специальностей, возможно, работающих в разных местах и недовольных разными аспектами управления. Это требует объединения малых групп недовольных – с локальными лидерами и локальными групповыми символами – в единую группу.

Успешное объединение требует больших затрат эмоциональной энергии, необходимых, чтобы сфокусировать внимание малых групп и обеспечить общий настрой. Для этого, в частности, необходимы общие объекты недовольства и – поскольку речь идет о массовом взаимодействии – появление лидера, способного привлечь всеобщее внимание и сформулировать общие требования так, чтобы получить поддержку всех недовольных¹. Для этого, в свою очередь, необходима договоренность между локальными лидерами, уже признанными в своих группах. Объединение в одну группу затратно, но оно предоставляет гораздо больше возможностей как для производства эмоциональной энергии, так и для мобилизации общих ресурсов.

¹ Начиная со стадии массовой мобилизации разнородных групп и появления лидера, для аналитики социальных движений большой потенциал имеет концепция воссоединенного социального перформанса (re-fused social performance) [33, 34]. Она фокусируется именно на проблеме того, как в разнородной аудитории возможен убедительный перформанс – процесс трансляции смыслов, который хотят донести до аудитории акторы.

Дальнейший успех коллективного действия связан, большей частью, с политическими действиями: с хорошей организацией, выбором лидером или лидерами правильной стратегии в отношении как групп недовольных, так и объектов недовольства, отношений между самими лидерами и т.п. В процессе коллективного действия также необходимо постоянное возобновление эмоциональной энергии группы, для чего могут создаваться новые групповые символы, двигаться новые лидеры и т.п. Все это не является предметом нашего исследования: нас интересует лишь условия перехода от недовольства как эмоции к коллективному действию. Было показано, что они связаны с ростом эмоциональной энергии, групповой солидарности, появлением лидера и, часто, с объединением нескольких групп недовольных в одну.

Заключение

Недовольство – важный феномен городской жизни, однако оно не является типичным предметом социологического анализа. Ближе всего к осмыслению недовольства подошли теоретики рационального выбора, но их анализ, как мы полагаем, не позволяет ухватить специфику недовольства как сложного феномена, связанного с социальностью и эмоциональностью испытывающих недовольство. Гипотезой настоящего исследования выступило предположение о том, что социология общения на современном этапе определяет концептуальные рамки исследования недовольства. При этом концептуализация недовольства требует, во-первых, осмысления механизмов его производства на уровне повседневных взаимодействий; во-вторых, рассмотрения динамики социальных взаимодействий во времени; в-третьих, анализа того, как макроструктурные условия воплощаются и направляют цепочки взаимодействий. А это, в свою очередь, предполагает синтез микро- и макроперспектив исследования совместно действующих и взаимодействующих людей.

В качестве «теории среднего уровня», позволяющей перейти к построению теоретической модели объекта, выступила теория ритуалов взаимодействия Р. Коллинза, дополненная теоретическими наработками макросоциологии эмоций. Недовольство было characterized как долгосрочная эмоция, производящаяся и воспроизводящаяся в цепочках повседневных взаимодействий, конституирующая сообщество при наличии определенных макроструктурных условий и способная привести к коллективному действию. Представляется обоснованным рассмотреть концепцию Р. Коллинза как необходимое и достаточное теоретическое основание для синтеза микро- и макроперспектив исследования недовольства.

Литература

1. Skocpol Th. States and Social Revolutions: A Comparative Analysis of France, Russia, and China, Cambridge University Press (New York), 1979.
2. Tejerina B., Perugorria I., Benski T., Langman L. From indignation to occupation: A new wave of global mobilization // Current Sociology 2013 61 (4) 377-392.
3. Leontidou L. Urban Social Movements in 'Weak' Civil Societies: The Right to the City and Cosmopolitan Activism in Southern Europe // Urban Studies 2010 47 (6) 1179-1203.
4. Global Monitoring Report 2013: Rural-Urban Dynamics and the Millennium Development Goals. International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank, 2013.
5. Резаев А.В. Парадигмы общения. Взгляд с позиций социальной философии. СПб.: Изд. СПбГУ, 1993.
6. Резаев А.В. Об общении, его социально-философской рефлексии и возможностях социологии коммуникации / Homo philosophans. Сборник к 60-летию профессора К. А. Сергеева. Серия «Мыслители», вып. 12. СПб.: Санкт-Петербургское философское общество, 2002. С. 375-395.
7. Резаев А.В., Трегубова Н.Д. К вопросу о социологии общения / Тезисы Третьих Кареевских чтений. Санкт-Петербург: изд-во РГПУ им. Герценаб 2012.
8. Barbalet J. Emotion, Social Theory, and Social Structure: A Macrosociological Approach. Cambridge Cambridge University Press, 1998.
9. Flam H. Introduction in Emotions and Social Movements / ed. by Flam H., King D. London: Routledge 2005. P. 1-18
10. Толковый словарь Ожегова. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ogegova/123010>.
11. Хиришман А.О. Выход, голос и верность: Реакция на упадок фирм, организаций и государств. М.: Новое издательство, 2009.
12. Смельзер Н. Дж. Рациональное и амбивалентное в социальных науках // Журнал социологии и социальной антропологии. Том XV, № 1 (60), 2012. С. 22-46.
13. Barbalet J. Emotion, Social Theory, and Social Structure: A Macrosociological Approach. Cambridge University Press, 1998.
14. Collins R. Interaction Ritual Chains. Princeton, Princeton University Press, 2004.
15. Coleman J.S. The rational reconstruction of society: 1992 Presidential address // American sociological review Vol. 58, No. 1 (Feb., 1993), pp. 1-15.
16. Уильямсон О.И. Экономические институты капитализма. Фирмы, рынки, «отношенческая» контракция. СПб, Лениздат, 1996.
17. Грановеттер М. «Экономическое действие и социальная структура: проблема укорененности» // Экономическая социология. Том 3, № 3, 2002. С. 44-58.
18. Arrighi G. Braudel, Capitalism and the New Economic Sociology. // Review (Fernand Braudel Center) Vol. 24, No. 1, Braudel and the U.S.: Interlocuteurs valables? (2001), pp. 107-123.
19. Вальденфельс Б. «Повседневность как плавильный тигль рациональности». 1990: СОЦИО-ЛОГОС. – М.: Прогресс, 1991. С. 39-50.
20. Полани М. Личностное знание / Пер. с англ. М. Б. Гнедовского, Н. М. Смирновой, Б. А. Старостина. М.: Прогресс, 1985.
21. Штомпка П. В фокусе внимания повседневная жизнь: новый поворот в социологии // Социологические исследования. 2009. № 8. С. 3-13.
22. Kemper Th.D., Collins R. "Dimensions of Microinteraction" // American Journal of Sociology, Vol. 96., No. 1 (Jul. 1990). P. 32-68.
23. Elster J. Rationality, Emotions and Social Norms // Synthese 98: 21-49, 1994.
24. Elster J. "Rationality and the Emotions" // The Economic Journal, Vol. 106, No. 438. (Sep., 1996). P. 1386-1397.

25. Barbalet J. A Macro Sociology of Emotion: Class Resentment. *Sociological Theory*, Vol. 10, No. 2 (Autumn, 1992), pp. 150-163.
26. Collins R. C-Escalation and D-Escalation: A Theory of the Time-Dynamics of Conflict // *American Sociological Review*, Vol. 77. No 1 (Feb., 2012). P. 1-20.
27. Flam H. "Emotions' Map: A Research Agenda" in *Emotions and Social Movements* ed. by Flam H., King D. London: Routledge, 2005. P. 19-40.
28. Turner J.H. The Sociology of Emotions: Basic Theoretical Arguments // *Emotion Review*, Vol. 1, No. 4 (October 2009). P. 340-354.
29. Bourdieu P. The Social Space and the Genesis of Groups // *Theory and Society*, Vol. 14, No. 6 (Nov., 1985). P. 723-744.
30. Crossley N. "Emotion and Communicative Action: Habermas, Linguistic Philosophy and Existentialism" in *Emotions and Social Life: Critical Themes and Contemporary Issues* ed. by Bendelow G., Williams S.J. London, Routledge, 1998. P. 17-38.
31. Хиршман А.О. Страсти и интересы. Политические аргументы в пользу капитализма до его триумфа. М.: Издательство Института Гайдара, 2012.
32. Barbalet J. Class Action and Class Theory: Contra Culture, Pro Emotion. *Science & Society*, Vol. 60, No. 4 (Winter, 1996/1997), pp. 478-485.
33. Alexander J.C. "Cultural Pragmatics: Social Performance between Ritual and Strategy" in *Social Performance: Symbolic action, Cultural Pragmatics, and Ritual* ed. By Alexander J.C., Giesen B., Mast J.L. Cambridge University Press, 2006. P. 29-90.
34. Eyerman R. "How Social Movements Move: Emotions and Social Life" in *Emotions and Social Movements* ed. by Flam H., King D. London: Routledge, 2005. P. 41-56.

ТУРИЗМ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ МАЛОГО ГОРОДА В КОНТЕКСТЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-ТЕРРИТОРИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА

Аннотация: В статье поднимается вопрос о развитии малых российских городов. Основная мысль автора заключается в том, что туризм, сформированный вокруг достопримечательности, способен изменить (по крайней мере, в границах определенного участка социального пространства) устоявшуюся логику этакратизма в конструировании социально-территориального неравенства. В ходе размышлений автор опирается на особенности и результаты туристического проекта в г. Мышкин Ярославской области.

Ключевые слова: социально-территориальное неравенство, малый город, туризм, развитие, достопримечательность, социальное конструирование.

Abstract: Development of a small city is the main question of this text. Researcher thinks that showplace and tourism are factors of changes in logic of political construction of socio-spatial inequalities. Touristic project in Myshkin (Yaroslavl region) is example for our problem.

Key words: socio-spatial inequalities, small city, tourism, development, showplace (attraction), social construction.

Традиция изучения социально-территориального неравенства корнями уходит в генезис нескольких областей знания: географического, этнополитического, социологического и ряда других. Географический дискурс формируется вокруг проблем открытия новых территорий, процессов колонизации, трансформации геотерриториальной реальности. Этнополитический дискурс строится вокруг более широкого круга проблем, например, относительно притязания тех или иных этнических групп на территориальное обособление и суверенитет, сохранения культурного пространства в территориальном контексте.

Осмысление проблемы социально-территориального неравенства пронизывает разные периоды развития социологии и имеет особенности, связывающие данную науку с другими областями знания. Социально-территориальное неравенство – это форма неравенства, обнажающая ситуацию, при которой различные части физического пространства, включенные в социальный контекст, оказываются в неравном, зачастую иерархически упорядоченном положении, и влияющая в результате это-

го на особенности социальных процессов, протекающих в различных частях пространства.

В качестве ключевых факторов, влияющих на формирование социально-территориального неравенства, можно выделить:

- Естественно-географический, суть которого заключается в наличии тех или иных ресурсов естественной природы в границах определенных участков социального пространства. В контексте классической геополитики и географической школы в социологии Ф. Ратцель исследовал влияние территориальных особенностей на характер людей, например, ученый указывал на связь горных ландшафтов с «непокорным» характером местных жителей, что влияло на сложность эффективного политического управления в подобных местностях [14]. В своих трудах российский социолог Л.И. Мечников связывал динамику социальных процессов и формирование цивилизационных эпох – речных, морских и океанических – с особенностями территории, на которой проживали локальные общества [11]. В современном обществе данный фактор, формирующий неравенство, не теряет своей актуальности – ресурсоориентированность экономик многих стран служит тому примером. Есть и более объективные причины, связанные, например, с климатом, как и ранее, влияющим на конструирование отраслей хозяйственной деятельности людей.

- Тип поселения также играет важную роль в конструировании социально-территориального неравенства. В данном случае речь идет о городах, поселках, селах и т.п. Каждый из типов поселений – это социальное поле, включающее в себя разновидности различных ресурсов, примерами которых являются социальные сети, каналы социальной мобильности, транспорт, инфраструктура и т.д. Наличие / отсутствие ресурсов оказывает влияние на уровень и качество жизни населения.

- Политическая власть коррелирует с административно-территориальной структурой. В этом контексте приобретает значение система «столица-провинция», отражающая суть рассматриваемого типа неравенства. Современное социокультурное и экономическое развитие России можно охарактеризовать территориальным дисбалансом, который влечет за собой негативные социальные (в широком смысле слова) последствия. В то время как многие мегаполисы стали точками более-менее динамичного экономического роста и концентрации человеческого потенциала, большинство малых городов превращаются в зоны деградации [10]. Одна из современных тенденций социального развития заключается в сохранении политики этакратизма в контексте конструирования социально-территориального

неравенства. В частях социального пространства, в которых сосредоточены большие политические ресурсы, концентрируются и другие ресурсы – экономические, культурные, символические и т.д. [7], [8], [16]. Данная ситуация касается общей системной модели «столица-провинция» на разных уровнях административно-территориальной иерархии.

Проблема социально-территориального неравенства, дефинируемая нами в рамках деятельностно-структурного подхода, служит отправной точкой для анализа. С одной стороны, неравенство территорий «объективно», является неотъемлемой силой, навязывающей векторы развития тем или иным участкам социального пространства и определяющей социальные процессы, протекающие в их границах. С другой стороны, социально-территориальное неравенство становится таковым в результате социальных практик, посредством которых территории включаются в контекст общественного развития, становятся статусными позициями в социальной структуре и уже таким образом обладают определяющей силой. Получается, что социально-территориальное неравенство конструируется в результате взаимопереходов социальных действий в социальную структуру, благодаря которой рождаются новые действия. Наш подход близок модели, предложенной Э. Гидденсом в его теории структуриации. Ключевой исследовательский интерес падает на малые российские города как особые, зачастую «исключенные» участки социального пространства.

Согласно количественному подходу, малым городом считается «устойчивый тип поселения численностью до 50 тыс. человек» [2]. Качественный подход к изучению малого города предполагает осмысление его специфики, сущностных черт, условий жизни людей в нем и реализации ими социальных практик [4]. Исследователи указывают на то, что в малом городе подвергаются синтезу сельские и городские социальные практики, например, присутствие анонимных, кратковременных и поверхностных контактов в межличностном общении сочетается с распространением консервативных традиций и ценностей [9], [13], [20].

Ресурсообеспеченность малого города по многим параметрам уступает ресурсообеспеченности других, более крупных типов поселений. Политические ресурсы относительно невысоки, находятся ближе к основанию политико-управленческой пирамиды государственного устройства, нежели к ее верхушке [5]. Вследствие этого имеющиеся экономические ресурсы, как правило, конвертируются и перенаправляются в более «политически сильные» участки социального пространства. Научные, культурные ресурсы также концентрируются в крупных городах или вблизи их границ. Таким образом, территориальный дисбаланс при-

обретает отчетливую форму не только в контексте различных социогеографических структур (на примере России эту проблему раскрыл Е.Н. Стариков [16]), но и в контексте типов поселений. В этой ситуации становятся оправданными потоки людей из «глубинки» в крупные города, а из крупных городов – в города-миллионеры. Р. Флорида, развивая концепцию «креативного класса», указывал на тот факт, что данный слой общества концентрируется в крупных городах, поскольку их социальные практики мало совместимы с условиями жизни в менее крупных и богатых типах поселений за отсутствием ряда важных ресурсов (например, интеллектуальных) в последних [18].

Гипотезой нашего исследования является предположение о том, что туризм как социальное явление также способен быть одним из факторов развития малого города в контексте проблемы социально-территориального неравенства.

Осмыслению феномена туризма в социологии посвящено немало число работ, среди которых труды З. Баумана, Д.Бурстина, Н. Грабурна, Д. МакКеннела и многих других авторов, включая отечественных.

Отвечая на вопрос о том, что такое туризм, выделим два направления. Первый подход предполагает, что туризм – это осмысленная и целенаправленная деятельность людей, направленная на удовлетворение ряда потребностей, разновидность человеческого поведения и габитуса. В число этих потребностей входят досуг, отдых, путешествие, познание, культурное и товарное потребление и ряд других. Второй подход к туризму предполагает его осмысление как сколько-нибудь значимого фактора развития экономики и бизнеса. Экономика многих стран мира, например, Таиланда, Египта, Марокко, Франции, Израиля, зависит в той или иной мере от эффективности организации туристических услуг [22].

Д. Бурстин для осмысления туризма предлагает понятие псевдобытия, под которым понимается комплекс созданных или организованных специально для туристов развлечений или мест, имитирующих реальную жизнь или повторяющих ее бесчисленное число раз, превращаясь при этом в платное удовольствие [21]. Термин псевдобытия может быть понят и в другом контексте. Суть туризма заключается в организованном и неорганизованном перемещении групп людей в социальном пространстве. Псевдобытие – это ситуация нахождения людей с привычным для них габитусом в непривычном, экзотическом пространственном континууме. Н. Грабурн проводит параллели между туристической поездкой и священным таинством, разрабатывая свою концепцию туризма в русле социологии свободного времени. Особую значимость приобретает пограничный момент между трудовыми буднями и туристической поездкой: речь идет об обрядах сбора, подготовки, прощания с родственниками и друзьями и т.п. В самом путешествии турист при-

обретает сувениры, пробует местные блюда – это также своего рода таинства, более-менее обязательные ритуалы. Г. Зиммель рассматривает туризм как приключение, т.е. также как нечто, выходящее из ряда обычных событий. Приключение имеет определенные пространственно-временные границы и четко прописанный сценарий (программа поездки, включая место проживания, экскурсии и т.д.). Наличие сценария – это, своего рода, демаркационная линия, позволяющая отличить туризм от путешествия.

В логике более-менее постоянных туристических потоков (а они представляют собой потоки человеческих групп, культурных элементов, финансов, дискурсов и т.п.), туризм, на наш взгляд, может играть важную роль в комплексном развитии территории. В нашем кратком предыдущем описании не хватает некоторой «изюминки», в качестве которой выступает туристическая достопримечательность – осевая точка, вокруг которой формируются туристические потоки.

В целом, категория достопримечательности может быть рассмотрена в разных дискурсах. Например, в поле истории достопримечательность – это элемент реальности, связанный с значимыми или не очень значимыми историческими событиями – также может конструироваться в социальных процессах. Нередки случаи функционирования политических механизмов конструирования исторических достопримечательностей, поскольку история в контексте деятельностно-структурного подхода выступает объектом политического управления. Например, создание Мемориала жертвам голодомора в Киеве под тщательным контролем Президента Украины В. Ющенко и дискурс, сформированный вокруг этого процесса, – явный признак европоцентристской политики западного соседа России. Памятники Ермаку, установленные в разных уголках нашей страны (в Пермском крае, в Вологодской, Архангельской, Ростовской областях) – это пример того, как разные регионы нашей страны пытаются доказать принадлежность покорителя Сибирского ханства к своему региону, тем самым желая утвердить свое право на символическое историческое наследие (напомним, что исторической наукой полностью не доказано место рождения Ермака [15]). В поле религии достопримечательности – это места и предметы, связанные со священным, будь то плащаница Христа или место преподношения жертвы языческим богам. В поле уфологии достопримечательности – это территории, предметы, связанные с прикосновением с «тайным», места, где люди наблюдали пришельцев или встречались с ними. Немало известных случаев конструирования таких достопримечательностей в отечественной и зарубежной практике.

В поле туризма достопримечательность достигает своего универсального значения, поскольку в рамках одних структур совпадает с ис-

торическими, религиозными и другими полями, а в рамках других структур – с туристическими потоками, верностью людей географическим и, шире, туристическим мифам [6]. В связи с этим, достопримечательность является социальным ресурсом, «магнитом», вокруг которого формируются туристические потоки, а феномен социально-территориального неравенства приобретает новое значение. Участки, обладающие сконструированной туристической достопримечательностью, располагаются иерархически выше в системе территориального неравенства, а те участки, которые этим не обладают – ниже. Достопримечательность способна выполнять системообразующую функцию, стимулируя рост туристической инфраструктуры (гостиниц, кафе, экскурсионных бюро, дорожного строительства, ремесел, транспорта, исторических исследований, организации деловых мероприятий и т.д.), предоставлять перспективы для развития новых рабочих мест.

Туристическая достопримечательность может пониматься двояко. В первом случае, она объективна и несомненна, т.е. представляет собой конкретный элемент реальности (гора, дом, город и т.д.). Во втором случае, а именно с позиций конструктивизма, достопримечательность определяется как материальное свидетельство реальности географического мифа, а логика туризма в данном случае – целенаправленный поиск подтверждения реальности мифа [6]. Теория социального конструктивизма, развивавшаяся в трудах П. Бергера и Т. Лукмана, Э. Гидденса, В. Ильина и ряда других ученых в настоящее время приобрела как теоретическое, так и практическое приложение, а для данной работы имеет решающее значение, являясь фундаментом для формирования деятельностно-структурного подхода.

Достопримечательность – это социальный конструкт, т.е. некая «договоренность» о том, что люди готовы рассматривать как достопримечательность и строить свои практики в соответствии с логикой ее функционирования. Каким образом происходит процесс социального конструирования достопримечательности? Для ответа на данный вопрос воспользуемся схемой, предложенной российским социологом В.И. Ильиным [6]. Этот процесс начинается с номинации и позиционирования места. В первом случае речь идет о простой географической локализации будущей достопримечательности, во втором – об описании места и связанной с ним достопримечательности: географический, исторический, культурный брендинг, создание легенды, мифологизация, – т.е. начальная фаза конструирования. По результатам позиционирования мы имеем имидж достопримечательности, т.е. присущие ей особые, уникальные черты, отличающие ее от других объектов. Этот имидж необходимо внедрить в массовое сознание, что происходит различными путями, например, при помощи создания рекламы. Следующий этап –

организация инфраструктуры, благодаря чему в силовом поле достопримечательности появляются дороги, гостиницы, кафе, другие точки обслуживания туристов, следовательно, растет число новых рабочих мест. Также важно правильно показать достопримечательность – продумать процесс коммуникации с туристом и обозначить верные шаги в экскурсионном направлении, грамотно его сконструировать. Важным этапом является создание «индустрии сувениров», что призвано подтвердить посещение достопримечательности людьми. В качестве отдельного этапа рассматривается цепная реакция социального конструирования. Она имеет место в благоприятных ситуациях, когда люди, посетив достопримечательность, начинают делиться впечатлениями внутри своих социальных кругов – это своего рода принцип сарафанного радио. Наконец, в качестве заключительных этапов рассматривается приобретение достопримечательностью символической ценности и ее превращение в статусный символ. В первом случае речь идет о том, что та или иная достопримечательность начинает рассматриваться как визитная карточка местности (например, Красная площадь в Москве), во втором случае принадлежность к кругу потребителей достопримечательности означает особое положение в социальной иерархии, т.е. начинает работать принцип: «был, поэтому достиг успеха в поездке» или «вы там не были, следовательно, вы многое потеряли».

Социальное конструирование туристической достопримечательности – это аккумуляция социальных ресурсов и превращение их в социальный капитал в том или ином социальном пространстве-времени. Это вторая часть гипотезы, выдвинутой несколько ранее в данном тексте. Поскольку на материалах исследований малых городов проследить логику этого процесса легче (минимальна доля сопутствующих факторов), а также потому, что малый российский город зачастую воспринимается как «исключенная» часть социального пространства, рассмотрим пример того, как туризм, сконструированный вокруг достопримечательности, становится фактором развития территории в контексте анализируемого нами вида социального неравенства.

Яркий пример влияния конструирования достопримечательности на прогресс городского развития продемонстрирован в Мышкине Ярославской области. Исторически поселение неоднократно меняло свой статус. Изначально, в XV веке, оно было известно как село и слобода, несколько позже, а именно в 1771 году, ему был придан статус города, однако в советское время Мышкин официально рассматривался как поселок городского типа. С окончанием советского периода поселок потерял большую часть ресурсов, в числе которых предприятия пищевого производства (молокозавод, хлебозавод) и сельскохозяйственной техники, что обнажило экономические вопросы дальнейшего развития города. Прогресс,

о котором мы говорим в рамках этой работы, начался в 1991 году, когда не без участия лидеров общественного мнения, таких, как Б. Окуджава и Д. Лихачев, поселение вновь получило статус города, а стратегические вопросы выживаемости стали направляться в русло туризма.

Мышкин располагается в западной части Ярославской области, на Волге, что создает весьма выгодное географическое положение. Физическая удаленность от Ярославля составляет около 100 км, это позволяет с наименьшими потерями попасть в городок автомобилистам и туристам, заказывающим автобусные туры. Однако существуют трудности для людей, пользующимся общественным транспортом. Из Ярославля в Мышкин и обратно ежедневно отправляются только 1-2 автобуса, хотя и существуют маршруты с пересадками. Путешествовать можно и на поезде, правда, также придется осуществить пересадку на станции Волга, чтобы добраться непосредственно в Мышкин. Относительная близость города к областному центру, к Москве (чуть менее 300 км), а также, в целом, его расположенность в Центральной России, является немаловажной причиной привлечения в город немалых туристических потоков. Вместе с этим, выгодность географического положения обосновывается водным фактором. Расположенность на Волге – это географический ресурс, который в Мышкине умело превращают в экономический капитал. Мышкин – это остановка большинства проходящих туристических теплоходов, курсирующих по разнообразным направлениям Верхней и Средней Волги.

Привлечение исторических репрезентаций, использование образа Мышкинского князя в позиционировании города через сконструированные легенды позволяют грамотно создать исторический бренд города. Главная городская легенда говорит о пробуждении уснувшего князя и его спасении от укуса змеи мышью, пробежавшей по его лицу. Это событие пришлось на 2 мая, по церковному календарю – на день памяти о святых Борисе и Глебе, что впоследствии повлияло на христианизацию этих земель. Это не единственная версия главной городской легенды, ее, как и некоторые другие трактовки, активно используют для исторической «раскрутки» города. Дополнительным элементом позиционирования является формирование имиджа «настоящей», провинциальной России. Что этому способствует? Во-первых, природные факторы, к числу которых можно отнести природу средней полосы России (это и есть «настоящая, историческая» Россия – природный фонд соответствует тому, который существовал на территориях Владимиро-Суздальского княжества, к которому относилась и Москва); наличие большой и даже исторически «главной» российской реки, образ которой вложен в фундамент духовной культуры России. Во-вторых, это городская застройка и архитектура, представленная невысокими, как правило, деревянными

домами с печками. В-третьих, имидж «настоящей» России создается, нередко искусственно, при помощи включения образа жизни [1] людей в ракурс туристического показа. Можно говорить, что образ жизни не соответствует тому, который протекает в более крупных городах, с другой стороны, этот образ специально демонстрируется туристам: например, катальный промысел, производство гончарных и кузнечных изделий являются «отраслями», одновременно влияющими и на занятость некоторых мышкинцев, и на создание эффекта «настоящей» России для туристов. Первый музей валенок открыли также в Мышкине, хотя такой музей мог быть открыт практически в любом российском малом городе.

Туристический успех пришел в Мышкин в период 1995-96 годов. Сначала была принята специальная программа по развитию туризма, а в следующем году прошел фестиваль «Мышь – 96». Образ мыши является осевым для туризма в этом городе, потому что тщательно продумывается, он берется не из ниоткуда, а конструируется на основе легенды. Постепенно в городе появляется система достопримечательностей, сформированных вокруг этого образа. Наиболее ярким примером являются «Мышкины палаты», открытые в 2008 году («Дворец Мыши») и работающие как центр туристических развлечений с анимацией (театрализованное выступление мышиноного короля), мышиным зоопарком и музеем Мыши.

Если говорить о типологии достопримечательностей, то Мышкин, скорее всего, стоит рассматривать как город-музей с отдельными экспонатами (интрадостопримечательностями) внутри. Возможно, по этой причине организаторы всероссийского конкурса-голосования «Россия 10» не смогли выделить в Мышкине какую-то отдельную достопримечательность и обозначили ее именем города в целом. Идея о просмотре города-музея также подчеркивается во время обзорных экскурсий по Мышкину, поскольку туристам предлагаются для знакомства основные улицы и объекты туристического показа, связанные с мышиной тематикой. Нельзя не упомянуть и об искусственности брендинга в Мышкине, поскольку историческое позиционирование заканчивается на проходящей легенде в контексте всего многообразия российской истории.

Включение Мышкина в известный туристический маршрут «Золотое кольцо России», в подавляющее большинство путеводителей и изданий по туризму в Центральной России влияет на популярность этого места, что позволяет, как будто по цепочному механизму, увеличивать число и мощность туристических потоков в город.

Город-музей в целом включает в свои границы ряд музейных организаций, количество которых превышает 10. В это число входят музей Мыши, музей столицы лощманов, музей уникальной техники, музей «водного короля» Петра Смирнова, музей мышкинского купечества,

музей мышкинского крестьянства, музей валенок, музей льна, музей семейных коллекций, музей живых ремесел и ряд других. Создание ряда музеев, как связанных, так и не связанных с мышиной тематикой, с целью их непосредственного включения в процессы туристического потребления является неотъемлемой стороной конструирования Мышкина как туристического центра.

Особое внимание стоит уделить индустрии сувениров. Мышкин, по нашим наблюдениям, является одним из немногих российских городов с широко развитой профессионализацией в этой сфере хозяйства. Более 70 % сувенирной продукции производится в городе и в ее число входят магниты, различные украшения в виде мышей, картины, изделия из глины и материала для изготовления валенок. Мышиная символика доминирует среди продаваемых сувениров, что непосредственным образом влияет на производственный процесс сувенирной продукции.

Нэйминг, призванный поддерживать ядро достопримечательности («мышь – Мышкин – музей Мыши») играет связующую роль между ключевой маркетинговой идеей и ее реальным воплощением.

Данные, основанные на докладе, прозвучавшем на заседании коллегии администрации Мышкинского муниципального района по вопросу «Об итогах туристической деятельности за 2012 год и перспективах развития туризма до 2015 года в Мышкинском муниципальном районе», позволяют говорить о туристическом притоке в район (с 150 до 165 тыс. человек с 2010 по 2012 годы).

Туризм в Мышкине приносит свои плоды. Во-первых, развитие туристической инфраструктуры благоприятно сказывается и на общем благоустройстве города. Во-вторых, благодаря туристам в несколько раз увеличился товароборот продовольственных магазинов в центре города [3]. В-третьих, у жителей района появилась возможность получения дополнительного заработка. Внештатные экскурсоводы в летние месяцы могут получить от 18 до 20 тысяч рублей [3].

Привлечение в район большого количества туристов обеспечивает поступление дополнительных финансовых средств в экономику района. За 2012 год от организаций туристической инфраструктуры в консолидированный бюджет района поступило более двух миллионов рублей, что составляет 2,7 % от собственных доходов. С учётом строительства и открытия новых туристических объектов численность работников сферы туризма ежегодно увеличивается на 20 – 30 человек, и на первую половину 2013 г. составляет 750 человек, в том числе в организациях, осуществляющих экскурсионное обслуживание, работают 205 человек, в гостиницах – 230 человек, остальные работают в местах общественного питания, занимаются сувенирной торговлей [3]. Стоит учесть, что численность населения Мышкина (на 2010 год) составляет 5394 челове-

ка [17], следовательно, в сфере туризма занято около 15 % населения города. Однако здесь стоит учитывать статистическую погрешность, поскольку данные о 750 гражданах, занятых в туристической отрасли, предполагают учет людей, работающих не только в Мышкине, а в Мышкинском муниципальном районе в целом. Вместе с этим стоит понимать, что львиная доля туристического притока приходится на сам Мышкин.

Конструирование туристической достопримечательности не оставило в стороне и жителей близлежащих к Мышкину поселений. В деревне Мартыново усилиями краеведов-энтузиастов, но не без поддержки районной администрации был создан этнографический музей кацкарей, направленный на воссоздание крестьянского быта местных жителей. Музей можно рассматривать как «живой» [19], поскольку при нем предлагается ряд дополнительных туристических услуг, таких как участие в жизни кацкой деревни и обеды из блюд русской кухни. Таким образом, конструирование достопримечательности города-музея Мышкина повлекло за собой цепную реакцию оживления социальных процессов и в близлежащих поселениях.

На примере Мышкина мы хотели показать ситуацию, при которой социальное конструирование достопримечательности («классической русской провинции» и «мышинного царства») является немаловажным фактором выживания и развития города. Мы говорили о том, что изучаемый нами процесс – это аккумуляция социальных ресурсов и превращение их в социальный капитал. Социальные ресурсы, на наш взгляд, включают освоенное людьми физическое пространство (водный, природный факторы), типичный для центральнорусской глубинки образ жизни, городские легенды, ремесленное дело, музеи, гостевые дома и другие инфраструктурные объекты. Их превращение в социальный капитал происходит при подключении политических, информационных и экономических механизмов конструирования достопримечательности. Первые завязаны на реализации приоритетных направлений политики Ярославской области [12] и позиционирования Мышкина как одного из городов Золотого кольца России; вторые следуют логике политических механизмов, а также формируются за счет рекламы туристического центра. Наконец, экономические механизмы конструирования достопримечательности завязаны на создании новых отраслей экономики в локальном контексте и, соответственно, новых рабочих мест (строительство и обслуживание инфраструктуры, производство и продажа сувениров, публичная платная демонстрация народными умельцами своих навыков, частное экскурсионное обслуживание и др.), а также на привлечении инвестиций и финансовых потоков в целом, направляемых в город.

Мышкин наряду с Угличем, Ростовом Великим и некоторыми другими городами Ярославской области является одним из центров притяжения туристических потоков. В этой связи ситуация социально-территориального неравенства приобретает конкурентный характер.

Рассмотрим взаимосвязь основных успехов развития Мышкина и выделенных нами ранее факторов конструирования социально-территориального неравенства.

Естественно-географический – расположенность на Волге, относительная близость к крупным городам (фактор прямого влияния на успешность).

Тип поселения – малый город, обозначивший свою «уникальность», один из городов «классической русской провинции» (фактор обратного влияния на успешность).

Этакратизм – «выхлопы» от невысокого положения политических элит Мышкина в системе государственной иерархии заменяются экономическими эффектами от развития туризма (фактор обратного влияния на успешность).

Первый фактор является отражением грамотного конструирования места за счет естественно-географических условий; другие работают по принципу «вопреки»: город малый, но маркетинговая идея приносит свои плоды; уровень политической власти невысокий, но делается ставка на создание достопримечательности, благодаря чему Мышкин обладает дополнительными экономическими вливаниями.

Таким образом, на примере развития туризма в Мышкине мы увидели ослабление силы этакратического фактора конструирования социально-территориального неравенства, навязывающего, казалось бы, строго определенную логику социальной динамики территории, а также постарались проследить некоторые характерные особенности влияния туристического проекта на «оживление» малого российского города. Факторы конструирования могут быть взаимозаменяемыми, взаимоперекрываемыми и взаимодополняемыми в рамках одного участка социального пространства, что и было продемонстрировано нами.

Мышкин, как уже было отмечено ранее, далеко не единственный туристический центр в Ярославской области. В этой связи в последующих работах было бы интересно сравнить особенности развития малых российских городов, обладающих и не обладающих достопримечательностью, для того, чтобы с большей обоснованностью говорить о роли туризма в формировании социально-территориального неравенства.

Литература

1. *Возьмитель А.А.* Образ жизни: от старого подхода к новому // Социально-политические науки. 1991. №1. С. 85-91.
2. Градостроительный кодекс Российской Федерации № 73-ФЗ. Ст.5 от 07.05.98. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.akdi.ru/gd/proekt/069850GD.SHTM> (дата обращения 20.10.2013).
3. Заседание коллегии администрации Мышкинского муниципального района / Официальный портал Мышкинского муниципального района [Электронный ресурс]. URL: <http://myshkinmr.ru/rus/tur-deyatelnost/> (дата обращения 30.10.2013).
4. *Зубаревич Н.В.* Поляризация городов России как следствие кризиса 1990-х г. // Вестник Евразии. 2001. № 1. С. 3-33.
5. *Ильин В.И.* Государство и социальная стратификация советского и постсоветского обществ. 1917-1996 гг.: Опыт конструктивистско-структуралистского анализа. Сыктывкар. Сыктывкарский ун-т, Институт социологии РАН. 1996. С. 253-265.
6. *Ильин В.И.* Потребление как дискурс: Учебное пособие. СПб.: Интерсоцис, 2008. С. 328-331.
7. *Ильин В.И.* Российская глубинка в социальной структуре России // «Журнал социологии и социальной антропологии». 2010. Т. 13. № 4. С. 25-47.
8. *Каганский В.* Советское пространство: конструкция и деструкция // «Общественные науки и современность». 1995. № 2. С.25-39.
9. *Лефевр А.* Идеи для концепции нового урбанизма // Социологическое обозрение. Том 2. 2002. №3. [Электронный ресурс]. URL: www.sociologia.ru/Journal/02sta1.pdf (дата обращения 20.10.2013).
10. Малые города России: забытые сокровища нашей цивилизации // Страница Комитета гражданских инициатив [Электронный ресурс]. URL: <http://komitetgi.ru/projects/769/> (дата обращения 20.10.2013).
11. *Мечников Л.И.* Цивилизация и великие исторические реки. Географическая теория развития современных обществ / Мечников Л.И. М.: Книга по Требованию, 2011. 236 с.
12. Постановление от 25.02.2009 № 173-п «О Концепции областной целевой программы развития туризма и отдыха в Ярославской области на 2011-2014 годы» / Официальный портал Ярославской области [Электронный ресурс]. URL: http://www.yarregion.ru/depts/Tourism/Pages/%D0%BE%D1%86%D0%BF_%D1%80%D0%B0%D0%B7%D0%B2_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B0_11_14.aspx.
13. *Пригожин А.И.* Перестройка: переходные процессы и механизмы. М: Наука, 1990. С. 55-65.
14. *Ратцель Ф.* Политическая география. Т. 1. М., 1997.
15. *Скрынников М.И.* Ермак. М.: Воениздат, 1992.
16. *Стариков Е.Н.* Социальная структура переходного общества: «горизонтальный срез» // «Полис». 1995. № 5. С. 97-105.
17. Статистический сборник / Росстат. Москва: ИИЦ «Статистика России», 2011. С. 32-86.
18. *Флорида Р.* Креативный класс: люди, которые меняют будущее / Пер. с англ. М.: Издательский дом «Классика-XXI», 2005. 421с.
19. *Чернега А.А.* Проблемы и перспективы институционализации музея в российском обществе на современном этапе // Вестник Пермского университета. Серия Философия. Психология. Социология № 1(13). Пермь: ПГУ, 2013. С. 190-197.
20. *Vauman R.* Sozialer Wandel: Ansetze zur Gesellschaftsverandenmg am Beispiel die Entwicktang von Stadt und Land. Koln., 1983. P. 73-74, 96.

21. *Boorstin D.J.* The Image: A Guide to Pseudo-Events in America. N. Y.:Harper & Row, 1961.
22. Tourism Trends and Marketing Strategies UNWTO // Страница World Tourism Organization Network [Электронный ресурс]. URL: http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights12enlr_1.pdf (дата обращения 20.10.2013).

С. С. Ярошенко, куратор,
В. А. Бондаренко, А. А. Шоцкая,
Д. Д. Сергеева, Г. А. Артес,
Е. А. Зверева, К. Д. Круглова

В ОГНЯХ БОЛЬШОГО ГОРОДА: ПИЛОТНОЕ КЕЙС-СТАДИ ПРОЯВЛЕНИЙ СОЦИАЛЬНОГО НЕРАВЕНСТВА В ПРИГОРОДЕ САНКТ- ПЕТЕРБУРГА

Октябрь-Ноябрь 2013

Аннотация: В эссе представлены результаты однодневного полевого исследования, проведенного в одном из пригородов Санкт-Петербурга и выполненного в стиле кейс-стади, то есть детального изучения одного случая на предмет проявления в нем социального неравенства. Разведывательное кейс-стади было реализовано тремя группами одной команды, сформированной в рамках Социологической школы Санкт-Петербургского государственного университета осенью 2013 года.

Ключевые слова: социальное неравенство, постсоветский город, жилищные классы, приватизация общих мест, пространственная сегрегация элиты.

Abstract. This essay presents the results of a one-day field research conducted in one of the suburbs of St. Petersburg. The research was realized in the style of a case study, that is, a detailed investigation of a single case for manifestations of social inequality there. Pilot case-study was implemented by three groups of the team formed within the sociological school of St. Petersburg State University in the fall of 2013.

Key words: social inequality, post-soviet city, housing classes, privatization of common places, space segregation of elite.

Предисловие от куратора

В данном эссе представлены результаты однодневного полевого исследования, проведенного в одном из городов Ленинградской области и выполненного в стиле кейс-стади, то есть детального изучения одного случая на предмет проявления в нем социального неравенства.

Разведывательное кейс-стади было реализовано тремя группами одной команды, сформированной в рамках Социологической школы Санкт-Петербургского государственного университета осенью 2013 го-

да. Будучи куратором данной команды, я обозначаю основные и важные, на мой взгляд, моменты совместной работы.

С одной стороны, предполагалось развить навыки кейс-стади в ходе *включенного наблюдения* за организацией городского социального пространства: проявлением в облике города и его жителей, как знаков неравенства, так и сопротивления ему. С другой – мобилизовать исследовательское воображение и стимулировать дискуссию о том, что в итоге позволяет выявить пределы и перспективы развития конкретной локальной среды.

Данная тема является одной из актуальных и значимых тем в социологии, предметом пристального внимания ученых и политиков, обеспокоенных высокой вероятностью социальной поляризации и пространственной сегрегации бедных. В современных постиндустриальных городах, по мнению ряда исследователей, формируются новые формы городского неравенства в виде изоляции некоторых городских зон и *геттоизации*/ пространственной сегрегации бедных в пользующихся дурной славой неблагополучных районах (Wacquant, 1996; 2008). Это ведет к дистанции от окружающей культурной среды, к уклоняющимся и оппозиционным жизненным стратегиям. В то же время активно обсуждается феномен *джентрификации*: изменение городской среды, связанное с тем, что более состоятельные граждане осваивают пространства, занимаемые более низким социальным классом. Это приводит к тому, что средний доход в этом регионе возрастает, растет стоимость аренды, налоги на собственность и проч. Постепенно меняется состав жителей, характер и культура соседства.

Остается малоисследованным то, в какой мере описанные выше тенденции характерны для постсоветских городов. В частности, в исследовании жилищных классов Сыктывкара доказывается, что зависимость между жилищными и экономическими классами, когда в одном типе жилья проживают примерно равные по экономическому положению семьи, только формируется. До сих пор социальные различия проявляются скорее во внутреннем убранстве квартиры, а не типе жилья (Кротов, Буравой, Лыткина, 2003).

Таким образом, «поле» – г. Сестрорецк, расположенный вблизи Санкт-Петербурга – представляет особый интерес с точки зрения развития традиционной для социологии проблематики социального неравенства в условиях как большого, так и малого города, переживающего социальную трансформацию. Эпохальность происходящих перемен символизирует установленный в центре города памятник рабочему инструментального завода: в недавнем прошлом градообразующего, а ныне уже закрытого предприятия. За спиной рабочего – пустующие фабричные корпуса, история дореволюционной и советской индустриали-

зации, текущая реконструкция производственных площадей в общественно-деловой и жилой комплекс. Либеральные рыночные реформы 1990-х годов и последовавшая за ними экономическая реструктуризация изменили условия жизни горожан. Разный доступ к условиям благополучия и способы адаптации к рыночной экономике отражаются в зданиях, инфраструктуре и прочих материальных объектах городской среды, воплощаются в сложных отношениях по поводу частных и общих мест.

Преимущества данного «поля» заключается в том, что оно является незнакомым и новым для участников наблюдения, локализованным в пространстве и времени, публичным и открытым, упрощающим входение в поле.

Уникальные возможности исследования в стиле кейс-стади заключаются в возможности увидеть в одном случае многообразие и неоднородность социальных отношений, сложность сбора эмпирических данных и выведения научных обобщений. Об этом пишут дальше участники полевого исследования и авторы эссе. Оно состоит из четырех частей: в первой кратко описывается контекст и общая ситуация в городе, в остальных трех частях – анализируются результаты наблюдений в трех городских районах, выбранных участниками для командной полевой работы в трех группах (см. Рис. 1 Приложения).

Я внесла некоторую редакторскую правку в тексты, но постаралась сохранить стилистику и последовательность рассуждений.

В заключение хочу подчеркнуть, что развитие социологического воображения и приобретение исследовательского опыта занимает не один день и даже не один год. Этот процесс длительный, сложный и потому так важно привить вкус к исследованию, внимательному и вдумчивому отношению к деталям, готовности спорить с самим собой и работать в команде. Так что проведенная исследовательская экспедиция – это лишь начало долгого пути, и я желаю всем ее участникам интересных открытий.

Контекст: Город и его жители

Варвара Бондаренко

Задача данной части работы состоит в том, чтобы кратко охарактеризовать ситуацию в городе Сестрорецке: через динамику численности населения, цены на жилье и обсуждаемые горожанами проблемы. В качестве источников использовались данные информационных и аналитических центров, а также официальных сайтов города и строительных компаний.

Динамика численности

За последнее столетие число жителей города значительно выросло. Если в 1897 году здесь проживало 8674 человека (Тройницкий, 1905: 197), то по данным переписи населения 2010 г. численность жителей составляет 37248 человек, из которых 4045 человек – дети¹. Так что по числу проживающего здесь населения город можно отнести к малым городам.

Что касается колебаний в численности горожан, то значимым для данного полевого исследования является тот факт, что с начала 2000-х гг. здесь наблюдается некоторый спад общего числа проживающих. Это может быть связано как с общими демографическими тенденциями, характерными для России в целом, так и с особенностями города, расположенного вблизи Санкт-Петербурга. Мы не исключаем варианта миграции из него в менее удаленные от Петербурга районы. Также надо учитывать, что в Сестрорецке остаются дачные поселения, то есть те, в которых люди проживают временно, чаще – в летние месяцы года.

Жилье и цены

Город Сестрорецк находится в Курортном районе, который, как уже видно из самого названия, зачастую рассматривается как загородная территория. Однако еще со времен Советского Союза Сестрорецк стал застраиваться типовыми «многоэтажками»: «сталинки», «хрущевки», панельные дома. Многоэтажная застройка занимает 40-45% от площади всей городской застройки². Именно такие квартиры чаще всего представлены на рынке вторичного жилья.

Новое строительство в основном представлено жильем более высокого класса и, соответственно, ценовой категории. Следует отметить, что город все больше привлекает состоятельных граждан, готовых уехать из шумного центра Петербурга на берег Финского залива. Для этой категории горожан активно строится новое элитное жилье.

В целом, Сестрорецк занимает среднее положение в рейтинге районов Санкт-Петербурга по стоимости квадратного метра жилья. Согласно данным центра исследований и аналитики группы компаний «Бюллетень недвижимости», средняя стоимость квадратного метра здесь составляет 91752 рублей, тогда как среднюю цену по всем петербургским районам можно определить как 130923 рубля.

Таким образом, жилье в Сестрорецке представляет собой набор различных вариантов строений: от многоэтажных домов, оставшихся со времен Советского Союза, до новых построек – малоэтажных комплек-

¹ Данные официальной статистики муниципального образования. См.: <http://www.sestroretsk.org/files/statistika/monitoring-2012.pdf>.

² См.: <http://петербургскиепоселки.пф>.

сов или элитных коттеджей. Рынок вторичного жилья представляет собой доступное жилье эконом-класса, а новые объекты ориентированы скорее на состоятельного покупателя.

Городские проблемы в пространстве Интернета

В популярной социальной сети Вконтакте было найдено несколько групп, посвященных Сестрорецку. Однако только в нескольких из них присутствует обсуждения насущных городских проблем. В одну из таких групп под названием «Сестрорецк и Курортный район» подписано 9833 человека (на 12.11.2013 года), а в описании виртуального сообщества отмечено, что оно создано «в целях объединения сестроречан и жителей Курортного района».

Анализ сообщений в теме «Чего не хватает в Сестрорецке?», первая запись по которой датирована 27 января 2010 года, демонстрирует, что в городе остро стоит проблема досуга. Подписчики сообществ отмечали, что вечером некуда сходить: нет приличных кафе или простого Макдональдса, нет хорошего кинотеатра (а под «хорошим» в данном случае понимают тот, в котором продают попкорн), нет баров и ночных клубов, где может проводить время молодежь. Проблема детских площадок не называлась, однако трое людей отметили необходимость строительства детского развлекательного центра. К ним присоединились также люди, отмечающие нехватку дома творчества для взрослых людей и спортивной площадки для взрослых.

Что касается других проблем, отмечалась транспортная проблема – в городе нет метрополитена, добираться до Петербурга не всегда удобно. Ситуацию осложняют дачники, направляющиеся на свои участки через Сестрорецк. Также была отмечена необходимость строительства родильного дома, поскольку существующие условия не являются удовлетворительными: больницы не вмещают всех рожениц.

Необычные названия обычных городских объектов?

На одной из страниц в социальной сети Вконтакте привлекла внимание тема «живые дома родного города». В ней обсуждались названия и история некоторых домов в городе. В частности, указывались следующие названия: «Шайба», «Три богатыря», «Кубик-рубика», «Муравейник», «Осиное», или «Дворянское гнездо», «Курьи ножки», «Змей горыныч», «Еврейские бастионы», «Спящая красавица», «Конюшня», «Гетто» и др.

Городской фольклор отражает равнодушное отношение горожан к местам проживания и городу в целом, а также дает дополнительную информацию о маркерах неравенства.

Часть 1. Центральный район

Елена Зверева

В фокусе наблюдения нашей исследовательской группы была центральная часть города, которую мы достаточно схематично очертили на карте. Взяв за точку отсчета главную городскую площадь, мы выделили вокруг нее основные улицы, ставшие границами центральной зоны и, собственно, местом нашего однодневного исследования. Итак, район нашего наблюдения с западной стороны был ограничен улицей Токарева, с юга и востока его окружало Приморское шоссе, а северной границей стала площадь Свободы и улица Воскова. На этой территории располагается городская администрация, здесь же находятся вокзал, учреждения культуры (кинотеатр и центральная библиотека), Петропавловская церковь, а также бывшее градообразующее предприятие – инструментальный завод¹.

Перед выходом в поле мы составили список ожиданий того, как в центре Сестрорецка может проявляться социальное неравенство. *Во-первых*, мы рассчитывали обнаружить разные сектора проживания богатых и бедных горожан. *Во-вторых*, мы надеялись увидеть разительный контраст этих мест и предположили, что типы домов (частные и многоквартирные) будут одним из знаковых дифференцирующих признаков. *В-третьих*, именно в центре, как казалось, ярче всего могли проявиться следы освоения этой части города более состоятельными слоями. *Наконец*, особый интерес для нас представляли публичные места: их внешний облик мог проявить как приметы советского прошлого, так и признаки современного их освоения. С одной стороны, мы полагали встретить там большое количество горожан и обнаружить разнообразные формы проявления их общественной активности; а с другой – ожидали найти здесь отдыхающих или, по крайней мере, привлекательные для туристов места отдыха. Сестрорецк имеет статус курортного города, поэтому с закрытием градообразующего завода развитие городской среды в этом направлении вполне вписывалось в такое предположение.

¹ Открытие оружейного завода, который на два с половиной века стал градообразующим предприятием Сестрорецка состоялось еще в 1724 году. С 1922 года завод изменил свой профиль: из оружейного он стал инструментальным. Продукция Сестрорецкого завода была настолько качественной, что в 20 веке экспортировалась в 60 стран мира. В советское время на заводе работали свыше 5 тысяч жителей. Завод очень многое значил для Сестрорецка – он давал жителям работу, его развитая инфраструктура предоставляла качественные услуги для сестроречан. В начале 1990-х годов завод распался на несколько мелких фирм, на которых в настоящее время работают всего около 600 человек (*Комментарий – Анастасии Шацкой*).

Были сформулированы и другие ожидания относительно «доступной» городской среды, влияния администрации на благоустройство города и комфортное проживание в нем всех без исключения горожан. Однако, в дальнейшие рассуждения они не вошли, хотя и было сделано несколько интересных открытий.

Дома и другие приметы неравенства без контрастов

В процессе наблюдения оказалось, что ярко выраженного деления на сектора проживания богатых и бедных в этой части города не просматривается. Дома массовой жилой застройки сосуществуют с частными коттеджами и даже дачного вида строениями. Больше всего частных домов мы обнаружили вблизи Петропавловской церкви (Перепадская улица). Но и здесь деревянные дома дачного типа соседствуют с современными коттеджами. Встречаются и заброшенные дома с видимыми следами запустения и, возможно, умышленного ущерба, о чем свидетельствуют выбитые или заколоченные окна. Однако, ни один из типов домов не составляет большинства.

Многоэтажные жилые дома также оказались разными по стилю и классу. Так, мы обнаружили здания, относящиеся к стилю конструктивизма (например, известные в городе «Дом на ножках» и «Змея Горыныч», которые можно назвать образцами нестандартной советской архитектуры). Рядом с ними находятся и здания массовой советской застройкой («хрущовки» и «брежневки»), и современные дома, причем как с элитным, так и с доступным жильем эконом-класса. Особенно ветхих, аварийных и неблагоустроенных жилых домов мы также не нашли. Более того, элитное жилье представлено лишь несколькими домами. Поэтому мы можем утверждать, что в центральной части города живут люди разных социальных классов, преобладает смешанный тип жилья и в одном доме проживают люди с различным материальным положением. Иными словами, здесь отсутствует ярко выраженное социальное неравенство, и нет примет пространственной сегрегации.

Наблюдение за другими проявлениями социального неравенства и материального достатка горожан подтверждают данное заключение. Например, во дворе одного из домов (т.н. «Змея Горыныча») нами были обнаружены автомобили самых различных ценовых категорий: от кабриолетов и «Мерседесов» до автомобилей советских марок. Здесь следует упомянуть и о дефиците парковочных мест – общей для всех жителей центра проблеме. Почти во всех типах домов, за исключением элитных, совмещаются элементы устаревшего и современного декора. Довольно показательны то, что только половина окон в многоэтажных домах заменена пластиковыми стеклопакетами. Можно предположить, что жители либо не могут это позволить, либо относятся к существующему жилью как временному. В любом случае, примерно половина жителей

дома не инвестирует средства в этот вид благоустройства. Еще меньше здесь распространены кондиционеры – еще один, на наш взгляд, признак повышения качества жилья и комфортности проживания. При этом у большинства домов на дверях установлены домофоны, что позволяет судить о готовности жители объединяться и изыскивать средства для защиты своего уже имеющегося имущества.

Довольно типичным является благоустройство придомовых территорий. Большинство многоэтажек оборудовано объектами инфраструктуры, находящихся в общем пользовании всех жителей окрестных домов. Одним из примеров таких «объектов» являются детские площадки. И, как показало небольшое интервью, они являются одним из немногих мест для проведения детского досуга. Причем во дворе «Змея Горыныча» мы обнаружили соседство разных детских площадок: типовой, какими были оснащены практически все дворы, и суперсовременной. Здесь наряду с турниками и «лесенками», оставшимися с советских времен, были также установлены новые открытые тренажеры. Иначе говоря, устройство дворов центральной части существенно не отличается, а их модернизация происходит постепенно и не является существенным признаком социального неравенства.

Такое же суждение можно вывести из наблюдения за другими инфраструктурными сооружениями: детскими садами, организациями дополнительного образования, библиотекой, расположенными на территории рядом с жилыми домами. На первых этажах некоторых домов находятся магазины, отделения банков, общественные организации, так называемые «дома быта» и фирмы, специализирующие на выполнении услуг, заменяющих домашнюю работу. При этом, специализация фирм может не соответствовать статусу жилья: например, на первом этаже дома, рассчитанного на людей, принадлежащих к классу от среднего и выше, находился магазин очень дешевой одежды.

Перед выходом в поле исследования мы ожидали, что социальное неравенство в районе будет проявляться сильнее в характере жилой застройки и, в том числе, в проявлениях пространственной сегрегации. Эти ожидания подтвердились только частично: судя по условиям проживания, основное население района можно отнести к средним слоям, жилье которых может находиться на одной территории, что часто порождает причудливые контрасты старого и нового, ухоженного и заброшенного, пустынного и обжитого.

Часть 2. Спальный район

Анастасия Шоцкая, Дарья Сергеева

Местом полевых изысканий нашей группы был «спальный» район, который согласно Википедии, отличается небольшим количеством (или полным отсутствием) предприятий и предназначен для ежедневного возвращения жителей с работы в деловом или промышленном центре города. В основном, спальные районы российских городов достаточно удалены от центра, где обычно располагаются офисы и места культурного досуга, но зато и цены на жильё в них существенно ниже, чем на квартиры и дома в престижных центральных районах¹. Границы такого района в г. Сестрорецке мы очертили следующим образом: с северной стороны его ограничивает лес и кладбище (район находится на окраине города), а с противоположной, южной стороны – переулок Свободы. С восточной стороны район примыкает к Приморскому шоссе и озеру Разлив, а западной границей является набережная реки Сестры, на противоположном берегу которой располагается здание бывшего Инструментального завода. Мы обозначили границы района достаточно условно и, вполне возможно, наши представления о районе, его границах и функциях могут не совпасть с мнением его жителей.

Первоначально мы составили список наших ожиданий относительно проявлений социального неравенства на этом районном уровне. В него вошли и плохое состояние домов (деревянные окна, ветхость домов, отсутствие замков на дверях в парадные); проявления молодежного протеста в виде граффити на стенах; слаборазвитая инфраструктура и сфера услуг. Также мы ожидали увидеть сегрегацию внутри района. Предполагалось, что мы увидим четкое разделение района на 3 зоны: «спокойная, спальная зона», «неблагополучная зона около общежития и гаражей», «неблагополучная зона, прилегающая к заводу». Таким образом, еще до погружения в поле, мы сформулировали перечень признаков социального неравенства и в целом социальной ситуации в спальном районе. *Во-первых*, мы предположили, что наиболее явно неравенство выразится не столько в вещной среде (домах, инфраструктуре, машинах и т.п.), сколько в социальном составе жителей районов. Мы ожидали увидеть присутствие большого количества трудовых мигрантов среди местных жителей, полагая, что их может привлечь в этот район как близость к «большому городу» и работе, так и более низкая стоимость аренды жилья. *Во-вторых*, наши ожидания также складывались исходя из представлений о том, что в спальном районе, вероятно, суще-

¹ Из статьи Википедии: <http://ru.wikipedia.org/>.

ствуют определенные локальные досуговые центры, где местные жители проводят своё свободное время. И, скорей всего, места проведения досуга являлись бы отражением уровня жизни населения: например, наличие магазинов-бутиков одежды, салонов красоты, дорогих ресторанов свидетельствовала бы о высоком уровне благосостояния жителей района в целом. Наш выход в поле был намечен на выходной день, поэтому мы ожидали, что выявить подобные места проведения досуга будет несложно.

Выход в поле – это один из самых важных моментов в проведении социологического исследования. Именно на этом этапе исследователь отходит от теории, сталкивается с «реальной картиной», от него требуется максимальная сосредоточенность, ведь необходимо следовать плану исследования, в то же время замечать необычные и интересные проявления социальной реальности. Так как у нас было пилотное исследование, то все необходимые нам данные нужно было собрать за один день. Но даже в небольшом городе, как Сестрорецк, полностью изучить поле за такой короткий срок нет никакой возможности. Поэтому остановимся далее на самых общих находках и привлекших наше внимание наблюдениях.

Как стать «своим» в местном сообществе?

Первое, с чем мы столкнулись – было настороженное отношение к нам со стороны жителей. Город имеет статус «курортного», поэтому, как казалось, сестроречане привыкли к туристам и спокойно реагируют на незнакомых людей в районе. Однако, когда мы ходили по району с блокнотами и фотоаппаратом, многие люди оборачивались, проявляли к нам повышенный интерес. Почему? Нам кажется, что наша манера поведения не соответствовала местным привычкам и принятым способам времяпровождения на улицах: мы рассматривали дома, делали пометки в блокноте, фотографировали граффити, – что выдавало нас как «чужаков». Сами обитатели района не обращают внимания на то, что происходит на улицах, если только это не затрагивает их интересов. По нашему мнению, они воспринимают данное пространство как проходное или транзитное¹, в котором не принято останавливаться и проявлять любопытство. Кроме того, в описываемом районе мы наблюдали явные черты сформированного соседского сообщества, например, несколько раз мы замечали, что люди здороваются на улицах, останавливаются перекинуться парой фраз, в магазинах обращаются к продавцам на

¹ Транзитные пространства – это пространства, в которых люди находятся в ожидании встречи с теми, с кем они затем двинутся дальше. Продолжительное нахождение горожан в конкретной точке пространства оказывается не самоцелью, но вынужденной остановкой, средством, позволяющим продолжить путь. Движение становится нормой; статичность, длительное нахождение в подобном пространстве или месте – исключением.

«ты», развешивают вещи во дворе, облагораживают территорию около своих домов. Сам Сестрорецк – город небольшой, скорее всего, многие жители знают друг друга в лицо, и они смогли распознать в нас «чужих». Интересный факт: как только мы убрали блокноты, люди стали реже обращать на нас внимание, так как наше поведение перестало разительно отличаться от принятых норм данного сообщества.

«Советская атмосфера»: безопасность или контроль?

В общем, от пребывания в районе – несмотря на нашу «инородность» – остаются приятные впечатления: на улицах чисто, есть скамейки во дворах и на улицах, много зелени, люди приветливые, готовые помочь. В этой части города создается ощущение спокойствия и «сонливости района». Однако в то же время на улицах мы заметили обилие камер наружного наблюдения, что все же сигнализирует о некоторой настороженности и потребности людей в контроле над территорией района. И еще по пути нам встретилось множество пожилых женщин, сидящих на скамеечках и, как нам кажется, следящих за порядком. В общем, присутствие «бабушек» на улицах нам навеяло воспоминания о временах Советского Союза¹.

Советская атмосфера: аскетизм или рыночный комфорт?

Если подробнее говорить об атмосфере «советскости», то это выражалось и в наблюдаемых нами стратегиях проведения досуга, названиях магазинов и оформлении рекламы. В частности, мы заметили, что основными местами скопления людей являются дворы, детские площадки и магазины. Все эти места используются жителями для встреч и обмена информацией. Представляется, что данная стратегия коммуникации также была частью повседневной жизни гражданина СССР. Хочется отметить, что в этот выходной день мы заметили довольно большое количество людей с тортами, цветами. Можно предположить, что посещение гостей является ещё одним доступным способом проведения досуга. Насколько в данном случае это проявление привычной советской практики, не беремся судить. Только фиксируем, что это имеет место быть. Однако, мы заметили, что все магазины, парикмахерские и другие организации сферы услуг закрываются не позже 20.00, что вновь отсылает нас к советским временам, когда все закрывалось рано. Черты советского казались законсервированными и в названиях магазинов: нам на глаза попались «Гастроном», «Универмаг», «Кондитерская», –

¹ При дискурс-анализе интернет сайтов «мир тесен» (http://cccp.mirtesen.ru/blog?comment_id=42614714314&page=6), «Celedka» (http://seledkagazeta.ru/index.php?mact=News,cntnt01,detail,0&cntnt01articleid=197&cntnt01returnid=17_) нашлось подтверждение тому, что «бабушки на лавочках» ассоциируются у людей с Советским Союзом, их обязательное присутствие во дворах также отмечено в работах А. Пиир.

названия, которые редко встретишь в 21 веке. Если говорить про оформление рекламы, то нам встречались лишь стенды с плакатами, сделанными от руки. Это даже коснулось расписания сеансов в кинотеатре.

Мы ожидали увидеть в спальном районе множество кафе, может быть, ресторанов. Однако наши ожидания не оправдались – мы нашли лишь ресторан «Евразия». Понаблюдав за посетителями ресторана, мы заметили, что подавляющее большинство приехало на машинах, а учитывая, что «Евразия» находится на Приморском шоссе по направлению к г. Санкт-Петербург, то можно предположить, что данное место, в основном, посещают не жители района, а люди, которые движутся по шоссе.

Социальный класс жителей спального микро-района

По нашему мнению, незаполненность ниши общественного питания не столько связана с особенностями «спального» района, сколько обусловлена невысоким уровнем благосостояния его обитателей. К такому заключению мы пришли на основании таких маркеров благосостояния как автомобили (марки, примерный год выпуска, ценовая категория, внешнее состояние), жилые дома (уровень содержания домов, тип окон, входные двери), одежда жителей (опрятность, современность), а также тип магазинов, представленных в районе.

Если говорить об автомобилях, то они, в основном, относятся к ценовой категории до 500 тыс. рублей; наиболее часто встречаются такие марки, как Reno, Nissan, Peugeot, Ford, Hyundai, которые относятся к средней ценовой категории. Данные наблюдения сделать было не сложно, так как в районе было замечено большое количество личных автомашин, припаркованных во дворах и на улицах. В целом личный транспорт находится в хорошем состоянии, но машины последних моделей за день исследования нами замечены не были.

Жилые дома в районе делятся на 2 вида: многоквартирные жилые здания второй половины 20 века; а также 2-4 квартирные дома, построенные в послевоенный период пленными немцами¹. Не исключено, что далеко не все малоэтажные дома конца 1940-х годов возводили именно немцы, – верным кажется то, что без подневольного труда не обходилась тогда ни одна стройка. Впрочем, в коллективной памяти одно (военнопленные) уже неотделимо от другого (малоэтажное строительство). Однако все проекты составляли советские архитекторы. Не только высота домов кажется немного чуждой городу, более подходящей коттеджному поселку, но и архитектурное убранство у них предельно про-

¹ О немецких коттеджах. Квартальный надзиратель. Выпуск № 107. (<http://kn.sobaka.ru/n107/07.html>).

стое, кое-где можно даже встретить грубую штамповку лепных деталей, однако многие проекты отличаются изяществом и выдумкой. Главное, ничего помпезного или монументального в них нет. Несомненный плюс данного типа застройки – наличие зеленой территории, сада вокруг дома. Здания обоих типов жилой застройки выглядят аккуратно, ухоженно. Нужно отметить, что фасады покрашены, около половины окон – стеклопакеты, но и деревянные окна содержатся в хорошем состоянии. На дверях в парадные – домофоны.

Мы заметили в данном районе такие магазины, как «Великолукский мяскокомбинат», «Связной», «Кондитерская», «Универмаг», «Пятерочка», «Здоровый малыш», а также магазин при хлебозаводе, ни одного крупного гипермаркета в районе нет. Проанализировав ценовые категории данных магазинов, мы сделали вывод, что жители, в основном, относятся к среднему слою населения. Это подтверждает и отсутствие дорогих бутиков, ресторанов, салонов красоты в этой части города.

С похожей ситуацией мы столкнулись при попытке анализа социального аспекта неравенства. Как такового социального неравенства не было замечено. Прежде всего, наше ожидание о наличии трудовых мигрантов в районе не подтвердилось. Такой вывод можно сделать, опираясь на то, что данная социальная группа не была замечена ни в общественных, ни в транзитных пространствах, не было выявлено характерного для района мигрантов содержания объявлений (например, об аренде жилья). Всё это указывает на то, что социальный состав района довольно однороден: в него входят молодые семьи с детьми и пожилые люди. Таким образом, можно сделать вывод о том, что спальный район Сестрорецка – это место локализации коренных жителей города. Для них район – это свой мир, который они создают сами.

О пространственной сегрегации

Также нам было интересно ответить на вопрос: существуют ли сегрегация¹, зонирование², джентрификация³ в спальном районе?

О джентрификации и сегрегации в данном районе говорить не приходится, так как за однодневное исследование никаких признаков этих явлений выявлено не было. Немного по-другому обстоит дело с зониро-

¹ *Сегрегация* – социальный процесс, в результате которого определенные индивиды или социальные группы слабо взаимодействуют с друг другом (Marshall, 1994: 469).

² *Зонирование* представляет собой деятельность по разделению территории муниципального образования на зоны, с установлением для каждой из них правового режима градостроительного использования – градостроительного регламента; градостроительное зонирование материализуется в правилах землепользования и застройки.

³ *Джентрификация* (англ. gentrification) – реконструкция и обновление строений в прежде нефешенебельных городских кварталах за счет переселения в район более богатых жителей, облагораживания ими территории, и, как следствие, повышение престижности района в целом.

ванием. Несмотря на наши ожидания (см. выше), в реальности разделение на зоны выглядело по-другому.

Во-первых, район очень маленький и границы зон, если они существуют, не заметны или проявляются весьма условно; во-вторых, зона, прилегающая к общежитию, не подходит под описание «неблагополучной». В данной части района мы не увидели ни маргинальных личностей¹, ни обилия граффити (несколько надписей, замеченных нами, были признаниями в любви или пожеланиями хорошего дня), ни разбитых окон, ни испорченных вандалами машин.

Определенные сложности возникли с разделением двух оставшихся зон. По нашим наблюдениям, раздел проходит по улице Володарского: часть, которая находится ближе к заводскому сектору, действительно является менее благополучной, что выражается в разбитых окнах и неопрятности домов.

Конечно, подобное исследование не могло охватить всего проблемного поля социального неравенства. При таком краткосрочном исследовании городского пространства достоверные выводы сделать довольно трудно. Однако можно очертить примерный круг вопросов, подлежащих обсуждению и дальнейшему изучению. Например, на основе отсутствия в спальном районе Сестрорецка ярко выраженных внешних признаков неравенства, можно предположить, что, скорее всего, социальные различия проявляются во внутреннем убранстве жилья или в принадлежности горожан к определенному экономическому классу. Помимо этого, подлежит дискуссии и то положение, что в районе присутствует «советская» атмосфера, основанная на близких социальных связях и взаимном контроле (который, однако, постепенно вытесняется современными технологиями-камерами наружного наблюдения). Кроме того, на улицах нам встретились в подавляющем большинстве пожилые женщины, мужчин почти не было. С чем это связано? Это поколение, потерянное после закрытия завода? Или это брошенные детьми, уехавшими из города, старики? Таковы наши самые пессимистичные предположения, которые, как мы надеемся, будут развеяны будущими исследователями данной проблемы.

Другой вопрос, который возникает после посещения этого района – что с ним будет через 5, 10 лет? Останется ли район местом жительства «коренных сестроречан», или их вытеснят жители Петербурга? Придет ли в район феномен джентрификации, как в других частях города?

¹ Нищие, бездомные, беспризорные дети.

Часть 3. Элитный район

Галина Артес, Ксения Круглова

Обучение социологии – не совсем простое, но очень интересное дело. Иногда появляются столь нестандартные возможности попробовать свои силы и себя в исследовании, что от них невозможно отказаться. Выезд в город Сестрорецк в рамках III Социологической школы стал именно такой возможностью. Прежде всего, стоит оговорить особенности нашего выхода в поле. Мы были достаточно жёстко ограничены временем: вечер на разработку, 4-5 часов на поле и 16 часов до представления результатов нашей вылазки.

Итак, всё началось с предварительной работы, в ходе которой мы уточняли основные моменты нашего полевого исследования. Основной вопрос, на который мы собирались ответить, касался способов проявления неравенства в городском пространстве. Нас интересовало, как люди через среду, оформление и организацию пространства «сообщают» о своём материальном положении и статусе. В случае нашего «исследования» не стоит говорить о каких-либо гипотезах, но, конечно, у нас были некоторые ожидания, которые в ходе наблюдений могли подтвердиться или быть опровергнуты. Исходное допущение заключалось в том, что в Сестрорецке существуют районы «концентрации», которые «притягивают» к себе людей одного уровня материального достатка, эти районы должны быть достаточно контрастными, отличаться друг от друга по множеству параметров и, тем самым, обозначать существование в городе неравенства: «район проживания чаще всего является показателем социального статуса и дохода».¹

Еще до выхода в поле, мы просмотрели интернет ресурсы на предмет продажи элитного жилья, изучили карту, выделили условные районы города, которые могли бы стать примером материализации социального неравенства в городе Сестрорецк, а так же могли бы помочь нам выявить это неравенство.

В процессе работы с картой, мы увидели, что город вытянут вдоль озера и финского залива, которые окружают его с обеих сторон, внутри же города есть парковая зона. Через город проходит железная дорога и автострада, а так же внутри города есть промышленная зона. Таким образом, было выдвинуто еще одно предположение, что те или иные при-

¹ <http://ecsocman.hse.ru/data/450/679/1219/gerasimov> Российское городское социальное пространство: попытка осмысления/ Символические границы и «потребление» городского пространства..., К. Герасимова, С. Чуйкина, стр.128.

родные и городские объекты могут притягивать или отталкивать определенные слои населения.

После выбора предположительных районов мы разделились на подгруппы, работа каждой сосредоточилась на отдельной части города. Нашей группе полагалось обследовать «элитные» районы Сестрорецка, попытаться увидеть, в чём проявляется их «элитность» и как выстраиваются отношения, взаимодействия внутри такого района, данного района с прочим окружением. Перед выходом в поле мы определились с тем, на что надо обращать внимание: тип жилья; материалы исполнения жилья; состояние строения; площадь общей территории; площадь дома; обустроенность придомовой территории; тип автомобилей около дома; степень открытости/закрытости; контроль территории; захват и присвоение «общих мест»; так же нас интересовал состав проживающих и то, как организуется искусственная среда, инфраструктура для обитателей «элитного» района. Конечно, мы осознавали, что этот список можно и нужно продолжать всем интересным, что мы заметим. Необходимо пояснить, почему значительная часть нашего исследовательского внимания сосредоточилась на жилье и связанных с ним характеристиках: «жильё, в отличие от дохода, является в наших условиях ... объективным... «осязаемым» показателем» (Кротов, Буравой, Лыткина, 2003: 5), предполагалась в нашей работе и правомерность «тезиса о взаимосвязи и взаимозависимости между жилищной и социальной дифференциацией» (Кротов, Буравой, Лыткина, 2003: 8). Действительно, сегодня нет планового государственного распределения жилья и земельных участков, рыночная экономика предоставляет всем гипотетически одинаковые права на приобретение любого объекта, но в действительности «возможности реализовать это право опосредованы высоким имущественным статусом, которым обладают единицы» (Кротов, Буравой, Лыткина, 2003: 7).

Нам было интересно обследовать физическое пространство города, района, всё видимое/наблюдаемое, выделить способы «означения» богатыми/высоко обеспеченными «своего» пространства.

Исходя из известной нам информации, мы выделили для своей группы два района: 1) Угольный полуостров и 2) территория между Дубковским шоссе, улицей Полевой, Дубковским переулком и парком Дубки. Далее представленная информация будет обноситься к первому району.

В целом, в «элитном» районе мы ожидали увидеть его однородность и принципиальную отличность от других районов города; закрытость всего района и отдельных «элитных» домовладений, контроль над территорией, концентрацию «элитных» домовладений около акваторий, наличие элементов инфраструктуры, которая ориентирована на собст-

венников «элитного» жилья (яхт-клуб, ресторан «Усадьба»), многочисленные группы мигрантов на строительстве, захват и присвоение территории.

Прежде чем рассказать о том, что мы увидели в действительности, следует описать наш «поход» в поле.

Кроме некоторых представлений и ожиданий мы, конечно, вооружились блокнотами для записи всех интересных наблюдений, фототехникой. Первоочередная задача каждого из нас заключалась в том, чтобы смотреть. Смотреть абсолютно на всё сразу, пытаться осознать функции и значения (как для того, кто устанавливал/ создавал, так и для зрителя) наблюдаемых объектов. Мы были готовы и к тому, что придётся оперативно реагировать на сложные ситуации и общаться с людьми, которых застанем на месте. С чем же мы столкнулись, когда оказались на месте? Сразу встал вопрос о том, как себя вести (даже не вступая в разговор с местными жителями), чтобы не вызывать у людей дискомфорта, не привлекать к себе слишком много внимания, не вызывать подозрения, как начинать разговор, если нам захотелось что-либо узнать более подробно? Множество подобных вопросов нам пришлось решать «по ходу пьесы». Так, через некоторое время мы выяснили, что лучше всего «играть» наивных, интересующихся городом юных девушек, которым всё в новинку, всё интересно. В данном контексте редкими наблюдателями «хорошо» и спокойно воспринимались и наши бурные реакции, и наши фотоаппараты, и наши странные, даже нелепые расспросы. А вот доставать блокнот с ручкой для записей нам приходилось только в те моменты, когда рядом не было «туземцев» и наблюдателей. Ещё сложнее было решить, в какой момент и как сообщать информантам о целях нашего «визита».

Теперь можно переходить к описанию того, что мы увидели и узнали о наших районах. На Угольном полуострове прежде размещались дачи. По выражению одного из информантов, «это был город честных тружеников». Именно они до недавнего времени и составляли основную часть обитателей данного района, предназначенного для дачного строительства. Исходя из назначения данных участков, их оборудовали и организовывали именно как дачи: деревянные дома, пригодные для проживания в летнее время (в основном), с участком для ведения подсобного хозяйства. «Остатки» таких дачных домиков и участков можно найти и сейчас. Преимущественно это деревянные дома, участки используются по их прежнему назначению: для выращивания продуктов и цветов, огорожены весьма условно (деревянные заборы или железная сетка чуть выше человеческого роста), многие из них в плохом состоянии (покосившиеся и упавшие заборы, ветхие дома), владельцы получили дачи или «ещё в советские времена», или по наследству от первых. Однако,

уже не они занимают основную часть в обследованном районе. Угольный стал привлекательным для богатых людей из-за природных особенностей, некоторой отдалённости от остального Сестрорецка, близости озера, возможности выкупить здесь землю под индивидуальное строительство. Эти и другие причины так или иначе стали привлекать на полуостров состоятельных людей с высоким уровнем достатка. С ними стали строиться дома из новых материалов (уже не из дерева), по индивидуальным планам и заказам владельцев, заметно увеличилась площадь строений, и вообще территории участка, т.к. одним человеком выкупалось сразу несколько дач.

В процессе наблюдения и обсуждения его результатов мы решили сделать различие между домами премиум-класса и класса люкс. К домам премиум-класса мы отнесли те, которые на наш взгляд стоили дороже, требовали больших вложений, находились на прибрежной территории (основная часть таковых располагается на Угольном полуострове). В то время как к домам класса люкс мы отнесли дома, рассчитанные на несколько владельцев, не подразумевающие индивидуальной планировки и не находящиеся на берегу, однако представляющие собой так же элитное и дорогостоящее жильё (жилые комплексы около парка Дубки).

Заборы и другие способы ограждения частного пространства

Отдельной, очень интересной, подкрепляемой массой интересных наблюдений темой обсуждения является контроль окружающей территории, создание безопасного пространства. Владельцы элитных коттеджей на наблюдаемом нами полуострове максимально используют природные условия для защиты своей территории, огораживая частную территорию естественными водными барьерами. Природные барьеры дополняются каменными заборами, искусственными каналами, плотными зелёными насаждениями, размещёнными везде камерами наблюдения, протянутыми цепочками (для ограничения проезда нежелательных машин), установленными шлагбаумами, содержащимися собаками крупных пород (австрийская овчарка, среднеазиатская овчарка, доберман, немецкий дог). Особенно интересно было изучать заборы. По типу и характеру ограждения участков можно было понять, кто из соседей с кем, вероятно, общается. Так при существовании добрососедских отношений забор представлял весьма условное обозначение границы решёткой с относительно разреженными прутьями. Т.е. через этот забор совершенно спокойно можно наблюдать за происходящим и в самом доме, и на дворе. Однако, у этого же участка с другой стороны мог иметься высокий «глухой» забор из бетона. Впрочем, даже в глухом, высоком бетонном заборе оставляли небольшое место для «спектакля»: своеобразное окошко, через которое прохожий мог бы полюбоваться и восхи-

титься тем малым участком «красивой» жизни, что ему готовы продемонстрировать. Если же с другой стороны забора начинался чужой «не благополучный» участок, то от него старались не просто отделиться пространством (полметра – метр между двумя заборами), а в прямом смысле оборонялись, используя мотки колючей проволоки. Уже по одному забору можно понять, что к тебе относятся или как к чужому, не желанному, что твоих любопытных взглядов желают избежать, или как к «своему», к другу, с которым всегда готовы поболтать в свободную минуту. Итак, в ходе наблюдений было выявлено 3 типа защиты частной территории. Во-первых, это породистые собаки-охранники, интересно то, что почти на всех заборах, где были собаки, присутствовали таблички о том, что здесь находится злая собака. Во-вторых, это высокие заборы, иногда сопровождаемые колючей проволокой. В-третьих, это видеокамеры, которые направлены в разные стороны, для полного обзора дороги. На разных участках эти виды защиты были представлены по-разному.

Что показалось интересным, так это то, что на этих участках не было видно людей. У одного участка мы встретили уезжающих людей, и у пары участков машины, но в общем, люди встречались чаще рядом с более простыми домами. Однако, было интересно узнать, кто же проживает в данный момент на Угольном. Оказалось, что это в основном не коренные жители с высоким уровнем достатка. Информанты упомянули: «вице-губернатор..., владелец сети магазинов «ЛЕНТА»..., владелец компании «АЛАДУШКИН групп»..., несколько банкиров..., архитектор..., глава городской администрации». Сестроречане или их наследники являются владельцами или жителями тех редких старых деревянных домов с дачными участками. По выражению другого информанта, местные «или уезжают, или умирают». В то же время мы из нескольких коротких бесед не услышали резкого негатива по отношению к новым обитателям города и Угольного, к тому, что это богатство «пришлое». Можно говорить о некоторой ностальгии о прошлом, но не о категорической ненависти к новым жителям, отмечались даже некоторые положительные последствия такого соседства («...стало спокойнее..., ... меньше в дом залезают..., ...собаку помогли выходить...»).

Если вновь припомнить ожидания, с которыми мы выходили в поле, то стоит отметить ещё несколько примечательных расхождений между нашими первоначальными представлениями и увиденным. Не подтвердились наши ожидания увидеть множество мигрантов, выполняющих строительные работы. Строек и ремонтов на полуострове относительно много, однако мы «обнаружили» украинца и двух русских молодых людей.

Не увенчались успехом и наши попытки найти на Угольном элементы инфраструктуры, которая ориентируется на жителей этого элитного района. Ещё перед выходом в поле, мы предположили, что кафе «Усадьба», располагающееся неподалеку, будет местом, где богатые люди проводят время. Однако, в кафе нами были обнаружены достаточно приемлемые цены, сравнимые с ценами в сетевых кафе. В ходе интервью было выяснено, что в городе есть еще одно заведение, с ценами повыше, но их уровень не достаточно высок для высшего класса. По мере продвижения вглубь района, оказалось, что там нет ни школ, ни магазинов, ни детских садов, только дома. Менее обеспеченные люди ходят по магазинам в другую часть города, а как с этим справляются более обеспеченные, не известно. В ходе наблюдения мы выяснили, что богатые люди предпочитают создавать инфраструктуру на своем участке самостоятельно. Там уже почти не встречаются грядки с овощами, на придомовой территории у многих заметны результаты работы ландшафтных дизайнеров, личные детские площадки, искусственные водоёмы, террасы для обеда и отдыха в хорошую погоду. Мы наблюдали мангалы, прудики, огороженную парковую зону (или гараж), личный обустроенный пляж.

Мы также предполагали, что Яхт-клуб, который располагается в этом районе, тоже будет местом элитным, однако в ходе интервью выяснилось, что он существует со времен СССР, и сейчас практически прекратил свое существование и в основном только сдает места для водных мотоциклов и других водных средств передвижения людям из элитного района.

Как одно из возможных объяснений, мы предположили, что обитатели Угольного, хоть и проживают в Сестрорецке, основную свою деятельность, свои интересы реализуют не там же, а непосредственно в Санкт-Петербурге.

Одним из самых ярко подтвердившихся ожиданий оказалось предположение о захвате и присвоении территорий. Например, на Угольном мы обнаружили, что несколько домов-соседей объединились, обустроили часть общего пляжа и огородили его, закрыв доступ на этот пляж для остальных людей. Ещё несколько домов-соседей в данный момент занимаются ремонтом и обустройством так же прибрежной территории, которая, по словам рабочего, будет отрезана каналом, заходящим на территорию одного из участков. Интерес и некоторое непонимание вызвало объявление, которое мы обнаружили на одном из столбов на дороге вдоль берега и воды: «находиться и парковаться 50 метров вдоль берега запрещено».

И о том, что мы не предполагали перед выходом в поле, но что логично «выплыло» в ходе наших наблюдений и бесед: чёрное риэлторст-

во. Оказалось, ещё бывают подобные случаи. Мы, например, обнаружили на Угольном обгоревший дом на потенциально «интересном» участке, который уже явно не подлежал восстановлению. Кроме того, об этом сказали информанты, добавив, что «выжигают с той [дальней] стороны, а на их участке ничего подобного не происходит, т.к. они под окнами у местной администрации».

В итоге хочется отметить, что элитные районы действительно крайне резко контрастируют с остальными районами Сестрорецка, которые мы увидели мельком, и о которых говорили две другие группы. Ситуация, например, с Угольным полуостровом уже понятна всем местным жителям: в скором времени на нём не останется домиков – бывших дач, прежние владельцы и их наследники будут вытеснены, согласятся на заманчивые предложения состоятельных людей, и район станет окончательно однородным, элитным, закрытым. Вопрос в том, как будут взаимодействовать такие районы с остальным Сестрорецком, насколько комфортным или конфликтным будет подобное соседство, кто кого в большей степени будет преобразовывать. Как будут складываться отношения с самим Санкт-Петербургом? И это лишь некоторые вопросы, лишь некоторые явления и процессы, которые мы успели заметить за несколько часов в Сестрорецке. В целом, город может представлять огромный интерес для исследователей и богатейший источник материала, который может обещать интересные выводы и «открытия».

Литература

1. Кротов П.П., Буравой М., Лыткина Т.С. Жилищная стратификация города: эволюция советской модели. Сыктывкар, 2003, 120 с.
2. Официальный сайт администрации Санкт-Петербурга. Раздел « 300-летие города Сестрорецка». См.: http://gov.spb.ru/gov/terr/reg_kurort/300-letie-goroda-sestrorecka/istoriya-sestrorecka/.
3. Паченков О. 2012. Публичное пространство города перед лицом вызовов современности: мобильность и «злоупотребление публичностью». Сайт Журнальный Зал. См.: http://magazines.russ.ru/nlo/2012/117/p33.html#_ftnref2.
4. Пиур А. «Для чего нужен двор? (Возрастные сообщества ленинградских дворов)» // Антропологический форум. 2006. № 5. С. 345-378.
5. Чешкова А. Методологические подходы к изучению городской пространственной сегрегации // Российское городское социальное пространство: попытка осмысления / Под ред. В. Вагина. М.: МОНФ, 2000. С. 13-38. <http://ecsocman.hse.ru/data/430/679/1219/cheshkova.pdf>.
6. Герасимова К., Чуйкина С. Символические границы и «потребление» городского пространства // Российское городское пространство: попытка осмысления / Под ред. В. Вагина. М.: МОНФ, 2000. С. 127-153. <http://ecsocman.hse.ru/data/450/679/1219/gerasimova.pdf>.
7. Населённые места Российской империи в 500 и более жителей с указанием всего наличного в них населения и числа жителей преобладающих вероисповеданий, по данным

первой всеобщей переписи населения 1897 г. / Под ред. Н. А. Тройницкого. СПб., 1905. С. 197.

8. Численность населения России, федеральных округов, Субъектов российской федерации, городских округов, муниципальных районов, Городских и сельских поселений// Всероссийская перепись населения 2010 года.

9. *Wacquant L.* 2008. *Urban outcasts. A comparative sociology of advanced marginality.* Cambridge: Polity.

10. *Marshall G.*, ed. 1994. *The concise Oxford Dictionary of Sociology.* Oxford: Oxford University press.

Приложение

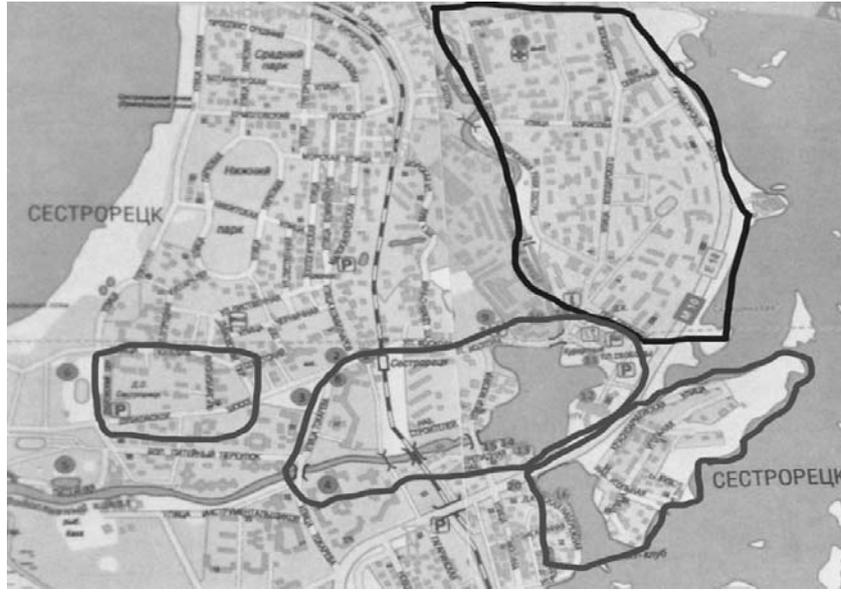


Рис. 1. Границы исследуемых районов на карте г. Сестрорецка.

Центральный район



Рис. 2. Частные дома.



Рис. 3. Многоэтажные дома.

Спальный район



Рис. 4. Жилищные классы.

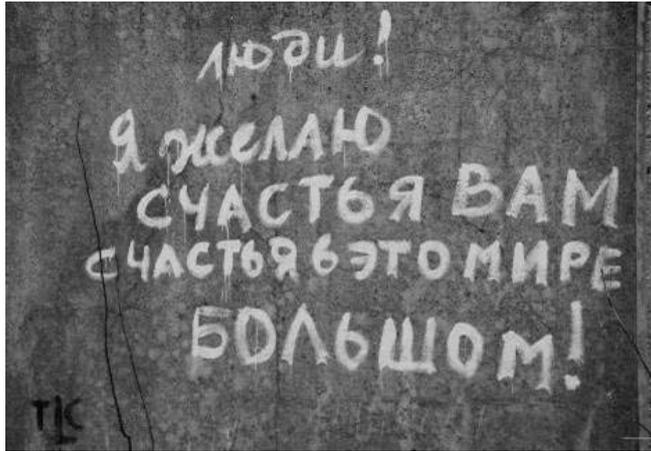


Рис. 5. «Граффити»

Элитный район

Рис 6. Огораживание элитного жилья

СРЕДОВАЯ И СОБЫТИЙНАЯ ИДЕНТИЧНОСТИ ПУБЛИЧНЫХ ПРОСТРАНСТВ В САНКТ-ПЕТЕРБУРГЕ

Аннотация: Город как социальное пространство характеризуется наличием особых мест, где могут встретиться и наблюдать друг друга самые разнообразные социальные группы. Возможность провоцирования коммуникации между разными группами людей путем создания публичных пространств в городе привела к тому, что инициаторами по производству общественных пространств становятся не только сами жители, но и городские власти. В данной статье анализируется «режим существования» двух публичных пространств Санкт-Петербурга, создание которых было инициировано разными агентами: Московская площадь и площадь перед ТРК «Галерея». Способ производства общественного пространства, доконструирование пространства пользователями, а также контекст, в который помещено общественное пространство, являются результирующими составляющими первичной идентичности такого «места» – событийной или средовой.

Ключевые слова: публичное пространство, пространственные выгоды, идентичность.

Abstract: The city as a social space is characterized by the presence of special places where a variety of social groups can meet and watch each other. Ability to provoke communication between different groups of people through the creation of public spaces in the city led to the initiation for the producing public spaces by the residents and also by the city authorities. This article presents the “modes of existence” of two public spaces of St. Petersburg: Moscow Square and the square in front of the SEC “Gallery”, whose creation was initiated by different agents. A way of producing public space, constructing of the space by users, and also the context in which the public space is placed become the resulting components of the primary identity of the “place” – an event-identity or an environment-identity.

Key words: public space, spacial benefits, identity.

Места, в которых происходит коммуникация городских жителей – общественные пространства – в своем идеальном виде представляют собой открытые, общедоступные, безопасные места, которые порождают социальность, то есть способствуют зарождению коммуникации между представителями различных социальных групп, присутствующих в городском пространстве. Публичное, или общественное пространство,

города (в данной статье эти понятия выступают как синонимичные) – это одно из немногих мест, где могут встретиться и наблюдать друг друга самые разные социальные группы, составляющие городское население. Эти группы могут быть как сотрудничающими, так и конфликтующими, причем возможность столкнуться лицом к лицу и с первым, и со вторым вариантом исторически определяла сущность города как типа поселения, характеризующегося гетерогенностью публик – пользователей [7]. Возможность наблюдать представителей социальной группы, частью которой индивид не является, способствует повышению уровня толерантности (об этом писал еще Милграм [5]), и более того, развивает коммуникативные навыки горожан, создает условия для возникновения желания трансформировать это самое пространство. С распространением дискурса о смерти «реальной» (то есть не опосредованной технологическими новшествами и непредсказуемой) коммуникации [4] в рамках города, о «смерти» общественного пространства как такового, создавались условия для использования публичного пространства как инструмента провокации этой коммуникации. Что интересно, сегодня самые разные группы интересов обращаются к публичному пространству как к панацее [2] и пытаются, работая, словно по кальке, создать очередное «работающее» общественное пространство, исходя из разработанных критериев успешности такого типа городской конъюнктуры.

Так, в зависимости от направления инициативы по производству публичного пространства, можно выделить два типа реализуемых в современных городах практик: создание общественного пространства «сверху», властной элитой, что тесно связано с проектированием [3] и обустройством города, и создание такого пространства «снизу», благодаря стратегическим или же спонтанным низовым инициативам самих горожан. Данное разделение по источнику производства общественного пространства вдохновили нас на возможность исследования общественных пространств в Санкт-Петербурге именно с этого ракурса, с возможностью сравнения режима существования, «текстуры» [6] и степени успешности подобных общественных пространств. В этой ситуации мы выбрали для своего сравнительного исследования две «работающие» площади Северной столицы – это Московская площадь и площадь перед торговым центром «Галерея», которые характеризуются различным направлением инициативы по производству общественного пространства. Мы предположили, что различия в режиме существования двух площадей связано с их различной первичной идентичностью, то есть базовым назначением этих общественных пространств, над которым надстраиваются все другие формы и способы их использования. Для того, чтобы определить эти идентичности, нам потребовалось проанализировать режим существования этих общественных пространств, в частности –

их успешность. Мы выделили ряд необходимых для этого критериев: физическая среда пространств, доступность и безопасность, эстетическая привлекательность, экологичность пространства и комфорт пребывания, а также разнообразие функций и практик, коммуникативных паттернов.

Исследование было проведено весной 2013 года и состояло из двух частей: серии непосредственных участвующих наблюдений, проводившихся в обозначенных выше пространствах в разное время суток и разные дни недели (будние и выходные), а также анализа визуальных материалов (фотографий) и сообщений, связанных с данными пространствами с помощью геометок в сети foursquare.com.

1. История пространств и их физическая среда

Московская площадь занимает 13 га и является 12-ой по величине площадью в мире. В 1930-ые годы по генплану центр Ленинграда должен был переместиться на юг города, и площадь планировалась как новое место для проведения общегородских парадов и демонстраций.



Рис. 1. Дом Советов, 1939 год. Источник [9].

После окончания Великой отечественной войны от данной идеи отказались. В 1970-м году в центре площади был установлен памятник В.И.Ленину (скульптор М.К.Аникушин). 25 мая 2006 года площадь получила новый облик: был открыт фонтанный комплекс, изменен рельеф площади и ее покрытие. Фонтаны на площади называют «поющими», так как дважды в день по выходным и праздничным дням на площади

около получаса звучит классическая музыка, а струи воды меняют свое направление и интенсивность.



Рис. 2. Московская площадь, 2005 год. Источник [10].



Рис. 3. Московская площадь, 2006 год . Источник [11].

С момента своего обновления площадь пользуется популярностью как у местных жителей, так и у горожан из других районов, особенно у молодежи и, конечно, в весенне-летний период. В молодежной среде появился неформальный топоним, обозначающий Московскую площадь – «Мск» («ЭмЭсКа»).

Московская площадь является важным транспортным узлом. С северной и южной сторон площади расположены выходы из станции метро «Московская». С восточной стороны площади располагаются остановки пригородных автобусов (маршруты в Пушкин, Павловск, Гатчину и др.). Один из самых длинных проспектов города – Ленинский, являющийся центральным связующим звеном Московского и Кировского районов, завершается Московской площадью.



Рис. 4. Московская площадь, вид сверху.

Внешний вид площади в 2006 году изменился до неузнаваемости, стал интересным, разнообразным, насыщенным различными объектами. Пространство площади поделено на несколько зон, каждая из которых отличается своим индивидуальным рельефом и покрытием. Зоны вымощены различного вида плитками, либо заасфальтированы, либо засажены газоном, кустами или деревьями. В разных зонах присутствуют ступени и парапеты различной конфигурации, скамейки различных форм. На площади расположено 11 фонтанов 6-ти разных видов. Площадь композиционно целостна, несмотря на наличие зонирования. В центре площади расположен памятник В.И.Ленину. Парапет памятника высотой 1 метр также используется для сидения посетителями площади. Сам же памятник является визуальным маркером, доминантой композиции площади.

Отдельно следует сказать о наличии скамеек на площади. Их действительно достаточно для того, чтобы не только разместить всех желающих, но и для того, чтобы отделить группы посетителей друг от друга. Кроме того, распространена практика размещения на парапетах и бортиках чаш фонтанов даже при наличии свободных скамеек.

У площади перед ТЦ «Галерея» нет исторического прошлого, она даже не имеет названия, поскольку не мыслится «сильными» городскими публиками как площадь. Однако мы все же называем ее площадью, поскольку так ее обозначают горожане (мы опираемся на данные социальной сети foursquare, в которой пользователи, выставив отметку на карте, самостоятельно присваивают название месту). Площадь перед ТЦ «Галерея» не только находится рядом с одним из самых популярных торговых комплексов в городе (а если исходить из информации, полученной из социальной сети foursquare, то «Галерея» – самое популярное, самое посещаемое место в городе), но также прилегает к пересечению главных, центральных магистралей города, окружена станциями метро, остановками общественного транспорта и соседствует с Московским вокзалом. Место это обозримое, многолюдное и транзитное, и, как мы проиллюстрируем ниже, насыщенное пространственными выгодами.

Что представляет собой площадь перед комплексом «Галерея»? Это пешеходное пространство перед главным входом в торговый центр, примерно по центру заполненное одиночными каменными кубами, расположенных друг от друга на расстоянии полутора-двух метров. Между каменными кубами находятся урны для мусора. Слева от входа – примерно трехметровое округлое построение для вентиляции подземных линий метрополитена.



Рис. 5. Толпа перед ТЦ «Галерея» (здесь и далее – материалы портала foursquare.com).



Рис.6. Площадь перед ТЦ «Галерея», вид сверху.

В качестве символического маркера выступает торговый комплекс «Галерея», обозреваемый с разных точек Площади Восстания, и угла пересечения Лиговского и Невского проспектов. Границы площади создают здание Московского вокзала, здание метро, здание торгового комплекса и автомобильная трасса Лиговского проспекта. Границы эти четкие, видимые, таким образом пространство воспринимается как концентрированное и относительно сжатое. Получается, что находясь в одной точке площади, человек может наблюдать все, что происходит в других ее точках, и как результат – каждый присутствующий чувствует себя частью общей системы. Имея отчетливые физические границы, площадь выделяет себя символически, и так она выполняет уже три критерия успешности публичного места: пространственная концентрация, воспринимаемые маркеры и целостность системы. Говоря о пространственной концентрации, стоит отметить, что плотность населения в этом месте не всегда интерпретируется людьми как умеренная, например, некоторые посетители площади в социальной сети foursquare писали следующее: «ацкие толпы», «народу пипец», «ну и суета». Перенасыщение в определенное время недели, суток создает ощущение дискомфорта у посетителей и нежелания в этой «толпе» оставаться.

2. Доступность и безопасность

В первую очередь отметим отсутствие входных барьеров в пространство как Московской площади, так и площади перед ТЦ «Галерея»: оба они являются открытыми пешеходными зонами. Для того чтобы стать здесь частью публики, человеку или группе не нужно обладать какими бы то ни было определенными признаками. В данных пространствах отсутствует дискриминация, поэтому публика весьма разнородна. С другой же стороны доступность и открытость пространств во многих случаях означает отсутствие ощущения безопасности у находящихся в их пределах. В случае с Московской площадью посетители, очевидно, ощущают себя в безопасности, чему свидетельствует, например, то, что они могут свободно оставить свои вещи (рюкзаки, обувь и так далее) на одной из скамеек, и кататься на роликах в стороне. Кроме того, в ночное время площадь хорошо освещена, в большей степени со стороны Московского проспекта. Одним из критериев безопасности того или иного публичного пространства может служить присутствие в его пределах матерей с маленькими детьми. С точки зрения данного критерия можно сказать, что пространство перед ТЦ «Галерея» и пространство Московской площади являются безопасными зонами.



Рис. 7. Спящий перед ТЦ «Галерей».

С другой стороны, абсолютно безопасной площадь перед «Галерей» назвать нельзя хотя бы потому, что на ее территории можно видеть достаточно большие группы «социально-неприятных» граждан (бездомных, «алкоголиков», мигрантов и т.п.) – «нежелательных элементов», как определяла их Лин Лофланд [1]. Во время осуществления наблюдения мы не увидели на площади ни одного полицейского, в противоположность случаю Московской площади, в одной из частей которой располагается пункт дежурного полицейского.

3. Эстетическая привлекательность

Пространство Московской площади само по себе в достаточной степени эстетически привлекательно: вода в целом и фонтаны в частности – всегда объект притяжения людей, а гранитные парапеты, ограничивающие чаши фонтанов, ступени и скамейки выглядят аккуратно и уместно в контексте окружающих площадь объектов. Среди них – Дом Советов и другие фундаментальные постройки сталинского и пост-сталинского периодов, которые привлекают внимание и делают пространство насыщенным эстетическими образами.

Площадь перед «Галереей» – это пример публичного места, которое, как мы упоминали, характеризуется «спонтанным низовым» производством и конструированием себя. Видимо, поэтому оно не насыщено эстетическими маркерами, такими как скульптуры, растительность, красивые скамейки и так далее. Это место очень минималистично, однако, если судить по частоте фотографирования людей на этой площади, то можно сделать вывод, что эстетическую привлекательность (а может, и символическую) имеет фасад комплекса «Галерея» и вид Лиговского проспекта, здания напротив площади.



Рис. 8. Фотографирующиеся у ТЦ Галерея.

4. Экологичность пространства и комфорт

Площадь перед комплексом «Галерея» находится в непосредственной близости от нагруженного транспортом Лиговского проспекта. Это является причиной громких шумовых эффектов и загрязнения воздуха выхлопными газами, а отсутствие зеленых зон на площади и вблизи нее усиливает эффект «антиэкологичности» данного пространства.

Похожая ситуация складывается и на Московской площади. Московский проспект – одна из ключевых городских магистралей, соединяющая центр города и аэропорт, что обуславливает интенсивность движения по ней и, соответственно, высокий уровень шума и высокую

концентрацию выхлопных газов вокруг. Однако есть одно принципиальное отличие данного места. Московская площадь оказалась бы одним из самых шумных и «загазованных» пространств города, если бы не фонтанный комплекс, который освежает воздух и создает свой собственный шумовой фон, значительно более приятный для уха посетителя.

На изучаемых нами площадях всегда достаточно чисто: на территории расположено много урн для мусора, за чистотой следит обслуживающий персонал по уборке улиц.

Пребывание на Московской площади можно назвать комфортным практически в любую погоду. Исключение составляет время дождя, так как на площади отсутствуют скамейки с навесами. В остальное же время можно выбрать комфортную зону из множества доступных в пространстве площади. Летом тень от стоящих рядом высотных домов создает разнообразие комфортных зон. Зоны под солнцем хорошо прогреваются, поэтому уже в начале мая каменные парапеты и ступени не холодные, удобные для размещения на них. С южной и северной сторон площади располагаются зеленые зоны с газоном, деревьями и кустами. Газоны всегда аккуратно подстрижены и не поливаются постоянно, поэтому горожане используют их для отдыха. Кстати, запрещающих ходить по газонам знаков на площади нет. В жаркие дни фонтаны создают прохладу, что делает площадь еще популярнее: молодые люди купаются в фонтанах. В зимний период площадь посещает значительно меньше людей, но даже в холодное время года можно разместиться на одной из множества скамеек, поскольку у них деревянное покрытие, а не каменное.

Площадь перед ТЦ «Галерея» не планировалось городскими властями как общественное пространство, поскольку в их узком понимании общественное пространство есть непременно зона отдыха с зелеными насаждениями. По этой причине на площади не предусмотрено никаких сидений. Возможно, каменные элементы кубической формы, находящиеся в центре площади перед ТЦ «Галерея» изначально не задумывались в качестве сидений (мы предположили, что по проекту они предназначались для того, чтобы «резать» большие потоки людей, тем самым замедляя их передвижение с целью предотвращения травмоопасных ситуаций). Однако люди стали использовать эти элементы в качестве мест для сидения. Несмотря на то, что они совершенно неудобны, за них разворачивается борьба, особенно в такое время, когда на площади проходят какие-либо музыкальные или театральные выступления.



Рис. 9. «Купальный сезон» на Московской площади

5. Разнообразие функций и практик, коммуникативных паттернов

Степень реализации всех вышеперечисленных критериев успешности пространства формирует «особую жизнь» изучаемых нами общественных пространств, выполняемых ими функций и осуществляемых людьми практик. Разнообразие рельефа Московской площади рождает разнообразие практик ее посетителей. Пространство перед ТЦ «Галерея» не включает в себе неких физических, интерактивных объектов, которые провоцировали бы многообразие функций. Однако расположение данного публичного места наделяет его самыми разными пространственными выгодами, поэтому разнообразие функций и деятельности происходит за счет инициатив посетителей площади.

Для изучения практик использовался метод наблюдения, а также анализ фотографий, сделанных пользователями сети foursquare. Мы объединили в один список типичные для обоих пространств практики, в другой – специфические, характерные практики посетителей каждого из них.

Схожие практики:

1. Общение в компаниях. Встречаются как большие, так и малые компании, от 2-х человек до 20.

2. Наблюдение.

Может сопровождать любую другую практику (пример – наблюдение компанией исполнения трюка на скейтборде одним из ее членов на

Московской площади, наблюдение за выступающими артистами на площади перед ТЦ «Галерея»).

3. Фотографирование.

Площади являются популярными местами для фотографирования на фоне фонтанов, Дома Советов (Московская), на фоне ТЦ «Галерея». Распространена видеосъемка спортивной деятельности молодых людей – трюков на спортивных снарядах (Московская площадь). У «Галереи» люди часто фотографируются на фоне близлежащих зданий, с артистами, с покупками, в одиночестве или с друзьями.



Рис. 10. Компания фотографируется на Московской пл.

4. Ожидание транспорта.

На площади у ТЦ «Галерея» располагается остановка автобусов, маршруток и такси. Кроме того, на площадь приходит люди, отправляющиеся на вокзал или наоборот, покинувшие его.

С восточной и западной стороны Московской площади располагаются автобусные остановки. По Московскому проспекту горожане и гости города добираются в аэропорт, поэтому с западной стороны площади на парапетах фонтанов часто обосновываются люди с чемоданами. С восточной стороны – вдоль Демонстрационного проезда – располагается конечная остановка пригородных автобусов, поэтому многие скамейки западной стороны «оккупированы» представителями старше-

го поколения с огромным количеством вещей, в том числе рассадой растений и прочими атрибутами дачников.



Рис. 11. Очередь на пригородные автобусы.

5. Место встреч.

Знакомость площадей, их открытость и близость к транспортным узлам стали предпосылками для определения этих публичных мест еще и как мест встреч. Ожидая, посетители также могут просто стоять или сидеть, общаться с друзьями, курить, выполнять операции в телефоне, планшете, читать, слушать музыку, наблюдать за происходящим.

6. Транзит.

7. Потребление.

Все описанные выше практики могут сопровождаться потреблением напитков и еды (недалеко расположены небольшие магазины, кафе и рестораны быстрого питания).

Особенные практики:

Площадь перед ТЦ «Галерея»:

1. Выступления артистов.

Именно выступления артистов делают из транзитного пространства пространство, в котором хочется задержаться в непосредственной близости самым разным социальным группам. В большинстве случаев во-

круг выступающего формируется полуовал наблюдателей, стоящих плотно друг к другу, снимающих на камеру, обсуждающих то, что они наблюдают, или просто «потребляющих» выступление.



Рис. 12. Выступление артиста на пл. перед ТЦ «Галерея».

В качестве артистов выступают певцы, музыканты, танцоры, фокусники, футболисты (показывая трюки с мячом) и так далее. Некоторые из выступающих являются частыми гостями на площади, поэтому они перестают быть незнакомыми артистами и становятся «своими» артистами.

Вот что пишут по этому поводу пользователи foursquare: «в репертуаре певца с гитарой появились песни Нойза», «очень часто вечером выступают Индейцы-музыканты, играя на народных инструментах. Очень завораживает», «Данила и Сашка отлично поют Рок музыку!!! Почти каждый день». Иногда к выступающим присоединяются дети, и тогда это становится, в некотором смысле, коллективным творением.

Кроме того, артисты в силу частоты выступлений и своей узнаваемости становятся такими символическими маркерами площади, местными знаменитостями, с которыми с удовольствием фотографируются посетители площади.

2. Коммерческая деятельность.

Видимо, обратив внимание на посещаемость площади, агенты бизнеса осознали пространственные выгоды площади. В настоящий момент она изобилует инициативными продавцами самых разных предметов, услуг, а также рекламщиками, раздающими флаеры, переодетыми в фирменными костюмы, и т.д. У посетителей такое изобилие коммерче-

ских агентов вызывает раздражение, другие, по-видимому, научились нейтрализовать лишнюю информацию. Вот что пишут посетители площади: «Бесят люди которые пихают свои флаеры прям в лицо!», «возле галереи тебе предложат все: духи, телефон, как похудеть, полетать на вертолете».

Бизнесом также можно назвать и устраиваемые конкурсы на физическую силу, например «провиси минуту на перекладинах, и получи 1000 рублей». Такие конкурсы также становятся массовыми представлениями.

3. « Попрошайничество».

Площадь изобилует не только коммерческими агентами, но также и бездомными людьми, осознавшими для себя выгоду этого места. Цитата посетительницы площади: «Попрошайки в конец достали!».



Рис. 13. Группа «индейцев» перед ТЦ «Галерея».

Московская площадь:

1. Катание и исполнение трюков на различных спортивных снарядах (скейтборд, ролики, самокат, ВМХ).

Появлению этих практик способствует, в первую очередь, рельеф Московской площади. Для «трюкачей» крайне привлекательными являются ровные асфальтовые покрытия, а также множество разновысотных парапетов и ступеней.



Рис. 14. Исполнение трюка на Московской пл.

На площади группируются несколько компаний молодых людей численностью в среднем 7-12 человек, упражняющихся на определенном снаряде. Случаи совместного катания людей с разными снарядами крайне редки, в основном молодежь группируется по интересам к конкретному виду спорта. Различное покрытие и рельеф площади дает возможность сформировать компании по интересам даже внутри определенного вида спорта: например, молодые люди со скейтбордами делятся на тех, кто отрабатывает трюки с использованием парапетов, и тех, кому для тренировок нужен ровный асфальт. Эти компании собираются с разных сторон площади.

Чаще всего в компании есть люди, исполняющие трюки, и наблюдающие исполнение (к последним чаще всего относятся девушки), таким образом, подчеркивается демонстративность практики исполнения трюков. В компаниях с более высоким уровнем мастерства молодые люди поочередно выходят на «сцену» и делают несколько трюков, громко ругаясь, если трюк не получается.

2. Обучение детей катанию на спортивных снарядах.

Площадь предстает безопасным местом для обучения детей катанию на роликах и т.п. Замечена даже группа детей 7-9 лет (6 человек), направляемая и обучаемая тренером.

3. Игры, в том числе с детьми (в «догонялки», в мяч и др.).

4. Проведение романтических свиданий.

Пространство площади позволяет парам выбрать наиболее подходящее для них место, в зависимости от желаемого уровня демонстративности и приватности. Площадь занимает огромное пространство, поэтому пары могут не только использовать скамейки для сидения, но и прогуливаться по площади или вокруг нее.



Рис. 15. Молодежь играет в волейбол на Московской пл.

5. Сбор бутылок.

На площади можно встретить людей, занимающихся сбором пивных бутылок с дальнейшей целью сдать их в пункт приема.

6. Проведение спортивных соревнований по скейтбордингу и другим видам спорта.

Соревнования не имеют официального статуса, а часто организуются самими посетителями площади или располагающимся рядом с площадью магазином спортивных товаров. Одно из таких состоялось 26 мая 2007 года.

7. Проведение танцевальных и др. флешмобов.

Флешмобы обычно проходят в непосредственной близости к памятнику В.И.Ленину. Постамент памятника образует некое подобие сцены, на которую легко забраться (высота около 1 м). Ее используют для проведения танцевальных баттлов.

8. Проведение общегородских праздников.

Площадь используется администрацией Московского района как пространство для проведения городских праздников и мероприятий, таких как Масленица, День города, Рождественская ярмарка и тому подобное. У памятника Ленину устанавливается сборная сцена, на которой проходит концерт.

Вывод

Из всего вышеописанного можно сделать вывод о том, что реконструкция Московской площади была действительно удачным действием властей. Преобразованное пространство стало публичным, на территории площади собираются и взаимодействуют люди разных возрастов и интересов, которым открываются широкие возможности осуществления самых различных практик в пространстве площади. Площадь открыта и интересна горожанам, о чем говорит огромное количество посетителей, особенно в весенне-летний период. Кроме того, площадь можно назвать «визитной карточкой» Московского района, ее изображения используются, например, на официальном сайте муниципального объединения «Звездное».

«Оживление» произошло и с площадью перед ТРК «Галерея». Здесь также происходит взаимодействие, коммуникация самых разных публик-пользователей «места». Площадь используется не только как транзитное пространство, но и как пространство «смотрения, обсуждения, фотографирования, потребления, ожидания, встречи» и так далее. Более того, на площади формируется «своя публика», в некотором роде держатели, старожилы этого места – преданные поклонники тех самых артистов, выступления которых на площади радуют их своей регулярностью. С другой стороны, все имеющиеся пространственные выгоды, символическое наполнение, привнесенное самими посетителями не спасают площадь от режима существования «рядом с комплексом», словно сама площадь – это придаток к торговому комплексу, и, не обладают должным оснащением внутри себя, площадь «умирает» в плохую погоду и ночное время.

Рассмотренные пространства во многом схожи: например, оба являются доступными и в достаточной степени безопасными. В то же время зафиксирована масса различий: первоначальное позиционирование пространства, различия в конструировании его городскими публиками, приспособление его под различные практики. Рассмотренные кейсы мы считаем успешными пространствами, поскольку ни обладают важным свойством – социабельностью. Пространство площадей способствует возникновению взаимодействия между незнакомыми людьми. Описанные выше примеры проведения соревнований и флешмобов можно дополнить примерами возникновения интеракции между молодыми людьми из разных компаний в форме помощи или совета при исполнении какого-либо трюка (Московская пл.), в форме обращения к незнакомцам с просьбой сфотографировать, в форме организации игр, в форме совместного просмотра выступлений артистов и интерактивного участия в них, и, более того, в форме совместного недовольства «по-

прошайничеством» на площади и обилием рекламных агентов (площадь перед ТЦ «Галерея»).

Итак, что нам даёт сравнение именно данных публичных пространств города? Во-первых, мы видим, что успешность тому или иному общественному пространству придаёт скорее не направление инициативы по созданию такого типа городской конъюнктуры (власть, горожане или же смешанная инициатива), а удачное сочетание пространственных выгод, символического наполнения места, контекста, в который это место погружено с планом его производства и/или спонтанными инициативами самих горожан. Другими словами, публичным пространством становится тогда, когда оно накапливает необходимый капитал для привлечения потенциальной публики, что даёт возможность самим публикам деконструировать уже произведенное [1] общественное пространство. Во-вторых, и Московская площадь, и площадь перед «Галереей», являясь примерами социально-событийных пространств (классификация была приведена О. Паченковым на конференции «Общественные пространства: как сделать?» [8]), однако внутри этой категории есть своя специфика, выражающаяся термином «идентичность» публичного пространства. Идентичность, в данном случае – это первичное, базовое назначение общественного пространства, над которым надстраиваются все другие формы и способы его использования. Здесь стоит пояснить, что мы имеем в виду. Московская площадь и площадь перед торговым центром «Галерея» обладают разной идентичностью. В данном исследовании мы показали, что Московская площадь просторна, разнообразна, безопасна и комфортна, поэтому она выступает в качестве места, которым посетители пользуются ради него самого, по причине предоставляемого удобства, эстетической составляющей и возможности выбрать подходящие для самого посетителя практики. Мы можем сказать, что Московской площади соответствует средовая идентичность, то есть ее «публичность» и успешность связана с тем наполнением среды, которое конструируется «снизу», пользователями, или же производится «сверху», властями.

Площадь перед «Галереей» имеет иную идентичность, которую мы назвали событийной. Она привлекает посетителей не собой (т.е. своей средой), а тем событийным наполнением, которое создают различные агенты, действующие в этом общественном пространстве, например, артисты или коммерческие агенты. Событийность, а не среда, позволяет площади стать общественным пространством, в котором возникает социальность.

Таким образом, два изученных нами общественных пространства г. Санкт-Петербурга – Московская площадь и площадь перед ТЦ «Галерея» – имея разные источники производства и демонстрируя нам мно-

жество как различий, так и сходств, обладают различными типами базовой идентичности: соответственно, средовой и событийной.

Литература

1. *Lofland L.H.* The Public Realm. New York: Aldine De Gruyter, 1998.
2. *Ан А.Л.* Роль общественного пространства в муниципальных образованиях // Вопросы государственного и муниципального управления. 2012. № 1. С. 174-184.
3. *Глазычев В.* Социально-экологическая интерпретация городской среды. М., Наука. 1984.
4. *Желнина А.* Публичные пространства Петербурга: есть ли будущее? Проба пера // Портал Cogita.ru – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.cogita.ru/sreda/anna-zhelnina/publichnye-prostranstva-peterburga-est-li-buduschee-proba-pera>.
5. *Милграм С.* Городская жизнь как психологический опыт // Эксперимент в социальной психологии. СПб.: Питер, 2001.
6. *Филиппов А.Ф.* Пустое и наполненное: трансформация публичного места // Социологическое обозрение. 2009. Т. 8. №. 3. С. 16-29.
7. *Хохлова А.М.* Городские публичные места как площадки культурного производства и потребления // Общество потребления: социальные и культурные основания. 2011. № 5. С. 182-191.
8. Общественные пространства в Петербурге: пять типов, три стратегии и одно противоречие / Портал «Петербург 3.0» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://spb30.ru/news/obshhestvennyie-prostranstva-v-peterburge-pyat-tipov-tri-strategii-i-odno-protivorechie>.
9. Портал «Citywalls» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.citywalls.ru/house1925.html?s=qict066i7bo0uq48v5ruf4v4g5>.
10. Портал «Википедиа» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ru.wikipedia.org/wiki/Файл:Московская_площадь_2005.jpg.
11. Пять крупнейших городских площадей в мире/ Портал «Travel. Tochka.net» – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://travel.tochka.net/7807-5-krupneyshikh-gorodskikh-plachshadey-v-mire/>.

ГОРОД КАК УСЛОВИЕ СУЩЕСТВОВАНИЯ НАЦИОНАЛИЗМА

Аннотация: Модернизация и рост городов в Европе сделали возможным существование наций в «западном» понимании этого слова и, как следствие, национализма. Внутри же самих городов происходит резкое разграничение людей по социокультурным и этническим признакам, которое является причиной возникновения межнациональных конфликтов и, тем самым, поддерживает националистические доктрины в умах людей.

Ключевые слова: Национализм, этничность, межнациональные конфликты, модернизация, урбанизация, нация, город, социальное пространство, физическое пространство.

Abstract: Modernization and city grow in Europe made possible the existence of the nations and nationalism in western meaning of these words. At the same time, inside the cities people are divided by sociocultural and ethnical characteristics. That is why ethnical conflicts can happen and, therefore, ideology of nationalism become more understandable and supported by people.

Key words: nationalism, ethnicity, ethnic conflicts, city, urbanization, modernization, social space, physical space, nation.

Поднимая такие проблемные и малоизученные проблемы, как национализм, в первую очередь нужно сказать, что именно будет подразумеваться под этим словом в данной статье. Существует огромное количество подходов и точек зрения, описывающих данное явление, но наиболее адекватным и собирательным будет, пожалуй, следующее: «национализм – это политическая идеология, в которой «нация», понимаемая в качестве культурного гомогенного сообщества, выступает источником суверенитета, преимущественным объектом лояльности и предельным основанием легитимности власти» [7]. Нация – это, в первую очередь, гражданское общество, общество граждан, обладающих всей полнотой власти в отдельно взятом национальном государстве. Сообщество людей, объединяющее своих членов, дающее им идентичность, пришедшее на смену разрозненным территориально и культурно подданных монархиям. К приходу наций на историческую сцену во многом причастны крупные города, появившиеся в Европе с развитием индустриального производства. Как именно существование городов помогло «подданным» стать «гражданами» мы рассмотрим чуть позже;

сейчас же окунёмся в историю и проследим самые первые зародыши возможности существования национализма в своей идеальной форме в виде появления гражданства как такового, связанное с продуктами деятельности античных городов-государств.

Национализм в научном понимании невозможен без существования гражданского общества, членов нации, объединённых общими границами. Более того, наличие общих границ консолидирует общество и способствует развитию социальных отношений. Тысячелетиями человек не отрывался от природы и был существом социальным настолько, насколько это было необходимо для выживания. Выражаясь более ясно, только реальные жизненные обстоятельства и потребности формировали социальную структуру, и никак не наоборот. Стремясь же уйти от природы и создавая стойкие социальные отношения, человек обносит её часть стеной и получает город – место, в котором могут проявиться все его социальные качества. Так, греки начинают строить свои полисы и суть их отношения к природе можно выразить словами Сократа: «Что мне деревья в поле? Я имею дело только с людьми в городе» [8]. Город не создан для ведения хозяйства или семейных дел, город создан для ведения дел общественных. «Город – это республика, “политея”, состоящая не из мужчин и женщин, как таковых, но из “граждан”» [8]. Такая и только такая структура античного полиса смогла родить демократию и гражданственность как таковую – основы современного западного мира.

Принадлежать к полису для эллина значила больше, чем быть эллином. На первый взгляд может показаться, что в данном случае городская идентичность доминирует над национальной, что противоречит общему смыслу данной статьи. Но национальной идентичности в нашем понимании в то время не существовало, а прообразом её была как-раз таки идентичности на основе полиса. Полис давал своему гражданину идентичность, защищал его и контролировал. Наличие городской стены и возможность править от своего имени для граждан полиса по своей сути мало чем отличается от наличия государственных границ и возможности править от имени нации для граждан современного европейского государства. Античные города-государства произвели на свет устойчивые самоподдерживающиеся социальные структуры – прообраз гражданской нации. Так, в новой французской конституции, изданной после революции в 1791 году, вся власть отдавалась французскому народу, он был её источником и объектом – невысказанная идея для средневекового государства, но возможная, благодаря живым идеям, созданным в античных городах-государствах.

Разобравшись с основными понятиями идеологии национализма и предпосылками её существования, мы можем перейти, собственно, к

вопросу о том, как способствуют её развитию и существованию города современные. На наш взгляд, это выражается в двух совершенно противоположных функциях, которые города выполняли и выполняют до сих пор: объединение массы людей вокруг себя и разъединение их же внутри. Объединение как основа для появления идеологии как таковой и разъединение как процесс, поддерживающий националистические настроения среди населения. На каждой из этих функций мы остановимся подробнее.

Первую роль городов – объединяющую – можно проследить во время процесса Модернизации. Наращивание технической мощи, усиление разделения труда, увеличение численности населения в Европе – всё это являлось причиной резкой урбанизации территории и росту уже существующих городов. В этот момент происходят кардинальные изменения во всех сферах общественной жизни, и, пожалуй, самые масштабные из них происходят в сфере культуры. Культура, понимаемая как «система определённых знаков и сигналов», стала теперь выполнять функцию поддержания стабильности и единства общества, функцию, выполняемую ранее иными структурами [5]. Культурная гомогенность, насаждаемая теперь «сверху» в качестве «высокой культуры», консолидирует на своей основе то общество, на которое это насаждение направлено, и, как следствие, создаёт нацию. А чтобы создать единую, унифицированную, гомогенную культуру, нужна единая система образования и университеты, расположенные в социально-экономических центрах новых государств – больших городах. Проиллюстрировать данный тезис может пример начала книгопечатания в Европе. Как известно, первыми печатными книгами были книги религиозного характера. Латинский язык, понятный только наднациональной элите и священнослужителям, не причисляющих себя к какой-либо нации, не мог быть основой той самой единой унифицированной культуры, поддерживающей стабильность общества. Но, преследуя сугубо экономические цели, европейские книгопечатники стали переводить Священное Писание на национальные языки, и эти, курсирующие в пределах политических границ книги, и смогли стать основой для создания единой культуры – продукта модернизации. Это стало возможным благодаря наступлению эпохи «печатного капитализма», эпохи, возможной только в урбанизированной Европе [2].

Далее, рост городов в Европе являлся причиной всё более усиливающихся миграционных потоков: крестьяне ехали на заработки в город со всей страны. С усилением процессов урбанизации, люди всё сильнее и сильнее вовлекаются в процесс модернизации, чаще больше участвуют в социально-экономических отношениях – происходит процесс «социальной мобилизации» [1]. В процессе социальной мобилизации воз-

никает плотная коммуникационная сеть, объединяющая население в единое целое. Функция такой сети – лучший контроль над её членами, а так как в индустриальном обществе в эту сеть входит практически всё население, то оно и становится нацией. Нация – горизонтальная общность, члены которой идентифицируют себя с ней на основе общих ценностей, что возможно при наличии разветвлённой сети коммуникаций. Национальная общность невозможна при наличии жёсткого разделения между правящим слоем и подвластным ему населением, что, в свою очередь, невозможно при развитой рыночной экономике. А развитая рыночная экономика, в свою очередь, невозможна без развитых экономических институтов и сетей, которые могут появиться только на базе развитых городов.

Итак, в чём же состоит первая функция городов, позволяющая зародиться современной националистической идеологии? До начала процесса модернизации и, соответственно, роста городов население, например, Франции не воспринимало себя французами. Максимум крестьянин мог ощущать себя бретонцем или гасконцем, подданным королю и служащим определённому феодалу. Затем начинается процесс модернизации и, как его следствие, бурный рост городов и городского населения. Города становятся центром притяжения для всего населения вокруг, центром экономическим, социальным, политическим и духовным. Под воздействием урбанизации меняется культура: она становится всеобщей и обязательной, начинается процесс формирования нации в культурном плане. В это же время усилившиеся коммуникационные каналы, вовлекающие в себе и создающие коммуникационные границы для всё большего числа населения формируют облик той самой нации, которая в последствии осознаёт себя как нацию и заявляет о своих политических правах. Города становятся осью вращения ранее разрозненных масс населения, и, объединяя их общей культурой, создают вокруг себя нации и тем самым национализм – движение, в котором культурно-гомогенное гражданское общество является первостепенным понятием, объектом и субъектом власти.

Теперь можно пролить свет и на вторую составляющую влияния городов на националистические движения. Ранее речь шла об идеологии как таковой, о причинах её появления, о необходимых для этого условиях; теперь поговорим о причинах появления националистических идей в умах обычных людей. При слове национализм у рядового гражданина чаще всего возникают ассоциации с военными акциями и вооружёнными конфликтами. И в этом есть своя логика – в последние годы в нашей стране национализм и националистические движения характеризуются и представлены именно в таком ключе. Где же найти корни межнациональных конфликтов в пределах города?

Корни межнациональных конфликтов, по нашему мнению, можно увидеть в двух составляющих, а именно этнической или культурной основе наций и социальном пространстве городов.

Город – это пространство, в котором экономические и политические границы размыты, а уровень социальной мобильности больше, чем в каком-либо другом возможном поселении людей. Город – это постоянный стресс, жизнь в нём можно охарактеризовать фразой Георга Зиммеля из статьи «Большие города и духовная жизнь»: «Психологическая основа, на которой выступает индивидуальность большого города, – это повышенная нервность жизни, происходящая от быстрой и непрерывной смены внешних и внутренних впечатлений» [6]. Жить в городе не значит просто занимать определённую территорию, необходимыми условиями существования в городской среде являются также и различные социальные аспекты. К таким может относиться взаимодействие с соседями по дому/району, которые не всегда имеют схожие экономические, культурные и национальные характеристики. Не секрет, что национальные меньшинства часто проживают в городах на компактных территориях, имеют свои районы или даже гетто. Различия между местами проживания можно провести как по этническим, так и по экономическим характеристикам. Налицо совпадение культурных и физических границ, или как считает Пьер Бурдьё в своей работе «Социология социального пространства» происходит наложение социального пространства на физическое [4]. Иными словами «физическое пространство есть социальная конструкция и проекция социального пространства, социальная структура в объективированном состоянии, объективация и натурализация прошлых и настоящих социальных отношений» [4]. В каком ключе должны проходить взаимоотношения между далёкими в социальном пространстве и близкими в физическом людьми? На первый взгляд, любое национальное меньшинство должно ассимилироваться и по своей сути перестать быть таковым. На деле же сожительство социально удалённых групп лишь вскрывает весь их конфликтный потенциал, обостряя противоречия. «Мы подходим, таким образом, к тому, чтобы поставить под сомнение веру в то, что пространственное сближение или, более точно, сожительство сильно удалённых в социальном пространстве агентов, может само по себе иметь результатом социальное сближение, или если угодно – распад: в самом деле, ничто так не далеко друг от друга и так не невыносимо, как социально далекие друг другу люди, которые оказались рядом в физическом пространстве», – пишет в своей работе Бурдьё в подтверждение данного тезиса [4]. Таким образом, в городской среде созданы все возможные условия для обострения любых разгорающихся конфликтов, в том числе и межнациональных.

Некоторые из подходов к изучению национализма, в частности примордиалистский, гласит, что в основе любой нации лежит этничность. Нация может выступать как более развитая форма этничности, как семья. Или же нации можно понимать «либо развитыми версиями древних этнических сообществ, либо коллективными культурными идентичностями, которые существовали наряду с этническими сообществами на всём протяжении человеческой истории» [9]. В общем, с этой точки зрения, понятия нация и этничность тесно связаны. Сам национализм, по мнению некоторых учёных, можно разделить на «восточный» и «западный»: западный мы рассматривали выше, восточный, основанный на культурных характеристиках, мы рассматриваем сейчас [5]. Если основой нации являются этнические узы, то, что такое этничность и как можно её определить? Под этничностью можно понимать нечто языческое, расовое или, как было принято в Америке во время Второй Мировой войны – группы людей, живущие на территории страны, но отличающиеся от местного населения в культурном плане, меньшинства. В качестве маркеров определения этнических групп могут выступать язык, территория, общая история, самосознание, религия, «общее происхождение», культурные характеристики, стереотипы поведения. Но в мире не найдется примеров, когда все эти значения будут являться характеристиками какого-либо одного этноса, чаще это лишь составляющие более сложных структур. Тем не менее, мы способны определять отличные от нас этнические группы невооружённым взглядом, и причиной этого является то, что границы этнических групп гибкие и определяются только в сравнении с другими этническими группами. И главным в этнической группе являются именно её границы [3].

Теперь представим ситуацию, при которой люди разных национальностей с различными этническими характеристиками, которые будут проявляться сильнее от этого самого соседства, живут на соседних улицах в одном городе. Чем больше культурных различий между ними, тем больше и социальное пространство. А чем больше социальное пространство, и чем меньше в это же время физическое, тем, как мы писали ранее, существует больше возможностей для вспыхивания межнациональных конфликтов, обусловленных «повышенной нервностью» жизни в городе и отчётливым проявлением этнических границ [6]. А межнациональные конфликты, как мы все понимаем, являются причиной доминирования националистических идей в умах людей, с ними связанных хотя бы косвенным образом. Также немаловажную роль в формировании националистических идей играет разница в экономическом благосостоянии представителей различных «национальностей». Часто иммигранты, проживающие на территории города обособленно в «своих» районах, заняты на малооплачиваемых и непривлекательных для

местного населения работах. Этнические границы в тесном контакте городских условий с коренным населением проявляются сильнее, что создаёт дополнительную социальную дистанцию между группами. Местное же население, наоборот, часто имеет намного более высокий уровень жизни. В данном случае само напрашивается сопоставление этничности и экономического благосостояния, и, как следствие, возможно наложение «классовой» стратификации на культурную и закрепление её в этом качестве [10]. После этого представители «низшего класса» видят в представителях культурно отличного «высшего» своих угнетателей, и именно так происходит зарождение националистической идеи в их головах и предпосылки для вспыхивания межнациональных конфликтов.

Итак, можно подвести итог. Большие европейские города как центры социально-экономических отношений для всего окружающего населения, вместе с процессом модернизации и уплотнения коммуникативных сетей, позволили зародиться феномену нации как таковой и политической идеологии, в которой она выступает на первых ролях. Крупные города стали центрами притяжения для новых огромных культурных сообществ. В это же самое время внутри городов происходят процессы, обостряющие любые малейшие культурные различия, что ведёт за собой сплочение людей на основе культурных характеристик и отторжение от культурно отличных групп населения, что, в свою очередь, может привести к межнациональным конфликтам внутри определённого города. Данный конфликт может на самом деле быть обусловлен сугубо экономическими причинами, но для его участников разделение на «своих» и «чужих» будет происходить именно по национальному признаку.

Беспричинно ругать или также восславлять национализм не имеет смысла: он проявлял себя на протяжении истории с разных сторон. Но и относиться к нему снисходительно тоже не стоит, он есть и имеет огромную потенциальную силу для мобилизации людей. И если крупные города – основа современного мира – являются основой и для национализма, то, возможно, и сам национализм является такой же неотделимой от него частью, с наличием которой необходимо считаться.

Литература

1. *Deutsch K.* Nationalism and Social Communication. N. Y., 1966.
2. *Андерсон Б.* Воображаемые сообщества: размышления об истоках и распространении национализма. М.: Канон-Пресс-Ц, 2001.
3. *Барт Ф.* Этнические группы и социальные границы. Социальная организация культурных различий. М.: Новое издательство, 2006.

4. *Бурдьё, Пьер.* Социология социального пространства / Пер. с франц.; отв. ред. перевода Н.А. Шматко. М.: Институт экспериментальной социологии. СПб.: Алетейя, 2007.
5. *Геллнер Э.* Нации и национализм. М.: Прогресс, 1991.
6. *Зиммель Г.* Большие города и духовная жизнь // Логос. 2008. №3.
7. *Малахов В.С.* Национализм как политическая идеология: учебное пособие. М., 2005.
8. *Ортега-и-Гассет, Хосе.* Восстание масс. М.: АСТ, 2008.
9. *Смит Э.* Национализм и модернизм. Критический обзор современных теорий национализма. М.: Праксис, 2004.
10. *Хечтер М.* Внутренний колониализм // Этнос и политика: хрестоматия / Автор-составитель А. А. Прусаускас. М.: Издательство УРАО, 2000.

ПРИМЕНЕНИЕ МЕТОДА АНАЛИЗА СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ К ИССЛЕДОВАНИЯМ МИГРАНТОВ

Аннотация: В данной работе рассматриваются методика анализа социальных сетей и возможности ее применения к исследованиям мигрантов. Проанализировав историю изучения мигрантов в России и определив проблемы, существующие в данной области в России, мы попытаемся определить возможности предложенной методики для решения данных проблем.

Ключевые слова: анализ социальных сетей, social network analysis, мигранты.

Abstract: This paper examines the Social Network Analysis (SNA) methodology and its possible applications in studies of migrants. We look at the history of migration studies in Russia, problems various researchers have faced, and SNA's capacity for solving these problems.

Keywords: social network analysis, migrants.

В последние несколько лет в публичном и обыденном дискурсах в России часто поднимается так называемый «национальный вопрос». Газеты, площади, публичные сети, кухни, блоги, телевидение – во всех указанных локациях то и дело возникают разговоры о мигрантах, причем эти разговоры часто основаны на неприятии «других» и агрессии по отношению к приезжим. Вслед за обыденным и публичным дискурсом, современные российские социологи также принялись изучать мигрантов. Проведено довольно большое количество исследований, рассматривающих тему миграции с разных сторон. И, как часто случается, перед социологами стоит несколько вопросов, на которые необходимо дать ответ для продолжения прогресса в данной области. В этой статье мы попробуем предложить метод анализа социальных сетей как один из способов разрешения существующих перед людьми, изучающими мигрантов, проблем. Тем не менее, сначала нужно обрисовать эти проблемы, для чего следует кратко взглянуть на историю изучения миграции в России.

Историк В. Ключевский отмечал, что история России есть история непрерывно колонизируемой страны. Россия – государство, возникшее в результате процесса присоединения и объединения земель, что сформировало уникальную этногеографическую структуру, в которой существует (сосуществует?) большое количество этносов, обладающих диффе-

ренцированными паттернами поведения и образа жизни, говорящих на разных языках и воспроизводящих отличные друг от друга культурные традиции. В советское время миграцию изучали в первую очередь с точки зрения трудовых ресурсов и прикладных целей развития экономики: например, Н.М. Кокосов предлагал перераспределять трудовые ресурсы из «трудоизбыточных» регионов в «трудодефицитные». В 1969 году вышла монография «Народонаселение Дальнего Востока за 100 лет» академика Рыбаковского, в которой автор вводил категорию постоянного населения; в ней же были определены критерии отнесения местного и пришлого населения к категории постоянных жителей и условия перехода из разряда новоселов в старожилов. Работы Рыбаковского и других, тем не менее, пользовались почти исключительно статистическими методами. Социологизировала изучение мигрантов Т.И. Заславская, изучавшая миграцию в контексте существовавших социально-экономических отношений в сибирском селе. В это же время в МГУ Б.С. Хоревым и его коллегами миграция изучалась в контексте урбанизации. [1] После распада СССР миграция, ставшая серьезной проблемой в обществе, исследовалась более дифференцированно: социологами, правоведами, демографами и др. Так, Т.Н. Юдина в своей работе «Социология миграции», например, подчеркивает важность создания социологической теории миграции [2]. С 2004 года существует Центр миграционных исследований, исследующий миграцию как с точки зрения экономических и демографических проблем, так и с позиций самих мигрантов [3]. Применяются различные социологические теории, среди которых доминируют функционализм и структурализм. На кафедре сравнительной социологии СПбГУ пытаются измерить недовольство мигрантов, подходя к данному вопросу с позиций социологии эмоций Р. Коллинза, и повседневный опыт мигрантов, используя многочисленные наработки в области социологии повседневности и этнометодологии. Есть исследования в направлении анализа взаимодействия мигрантов с городским пространством [4]. Кроме того, существует большое количество других исследований и исследовательских центров, которые изучают мигрантов: рассматривать все не имеет смысла; важнее определить проблемы, стоящие перед социологами, изучающими мигрантов.

Несмотря на достаточно глубокую проработку темы, существует несколько проблемных вопросов, которые необходимо решить для значительного приращения научного знания в данной области. Во-первых, непонятно, как рассматривать понятие «мигрант»: следует ли подходить с формальной точки зрения (мигрант – тот, кто определяется как мигрант Федеральной Миграционной Службой) или же пытаться «реконструировать стереотипизацию» и идентифицировать мигранта как того, кто определяется как мигрант принимающим сообществом? Во-вторых,

до сих пор не совсем ясно, какова структура взаимодействия мигрантов друг с другом и с принимающим сообществом, еще менее изучено взаимодействие мигрантов с городским пространством (если изучаются городские мигранты). В данной работе мы попробуем предложить еще не совсем популярный в России метод анализа социальных сетей как инструмент изучения структуры взаимодействия мигрантов. Этот метод широко используется в англоязычной и вообще иностранной социологии [4, 5]. В России сети мигрантов бесспорно, изучались [6, 7], но широкого распространения эта методика пока не получила.

Для ясности стоит сразу сказать, что под мигрантом мы понимаем индивида, переехавшего в другое место из другой страны или региона, который обладает характеристиками, позволяющими ему быть воспринятым принимающим сообществом как мигрант.

Социальная сеть (граф) в этой статье определяется как совокупность межличностных интеракций между индивидами. Если генерализовать это понятие, можно определить социальную сеть как социальную структуру, состоящую из акторов и связей между ними (т.е. акторами могут выступать не только люди, но и организации, веб-сайты, и др.). SNA, таким образом, является методом изучения социальных сетей. Визуализация социальных сетей, подсчет «центральности» узла, количества входящих и исходящих из него связей и другие техники обработки информации из полученной социальной сети открывают большие перспективы перед социологами, изучающими структуру коммуникаций [9].

Понятие «социальная сеть» также применяется к таким онлайн-платформам, как ВКонтакте, Facebook, Twitter и пр. Эти платформы более корректно называть публичными сетями, поскольку их назначение состоит не только в построении социальных сетей (дружба (фолловинг), личные сообщения), но и в создании медиа-пространств (записи на стене, группы по интересам). Тем не менее, данные сетей дружбы из различных публичных сетей активно используются для построения графов из-за удобства «выкачивания» и визуализации информации. Действительно, человек в распространенных публичных сетях выдает огромное количество информации о себе, и формируемая им сеть дружбы также может сказать нам многое.

Метод анализа социальных сетей берет свои истоки от социометрии Джейкоба Морено, рассматривавшего внутригрупповые связи в малых группах. В 1954 году термин «социальная сеть» вводит в оборот Д. Барнс, изучавший взаимоотношения в норвежской рыбацкой деревне. В 1967 году Стэнли Милгрэм проводит т.н. «small-world experiment», показывающий, что любой человек связан с любым другим человеком на земле шестью «шагами», т.е. знакомствами. С 70-х гг. метод

анализа социальных сетей активно набирает последователей, становясь востребованным и в социальных науках. Так, выходят работы М. Грановеттера, Д. Уайта и др. социологов и антропологов, в которых центральным методом исследования выступал именно анализ социальных сетей. В России же SNA только набирает популярность.

Изучая мигрантов и их жизнь в городах, мы обязательно изучаем структуру их коммуникации. Как они взаимодействуют друг с другом, с принимающим сообществом? Как они находят работу, новые знакомства, заводят семьи? Метод социальных сетей может позволить подтвердить или опровергнуть несколько гипотез, стоящих перед исследователями, изучающими мигрантов.

В первую очередь стоит говорить о том, как мы можем добывать социальные сети мигрантов. Данный вопрос вообще довольно часто поднимается в исследованиях, посвященных методике SNA, и зачастую нахождение материала сопряжено с большими затратами и неудобствами. Мигранты здесь не исключение: предполагаемая закрытость этой группы или части ее членов от, во-первых, исследователей, и, во-вторых, от окружающего их мира вообще, может поставить под вопрос возможности применения анализа социальных сетей к мигрантам. Мы видим две техники получения нужной информации: скачивание данных из публичных сетей и интервью. Рассмотрим плюсы и минусы каждой техники отдельно.

Публичные сети, особенно ВКонтакте, довольно популярны среди всего населения России, в том числе и у мигрантов. Используя необходимое для скачивания данных из ВКонтакте и визуализации полученных сведений программное обеспечение, можно получить достаточно ясную картину дружеских связей мигранта с другими пользователями этой публичной сети. Мы можем увидеть внутренние «кластеры» людей, дружащих друг с другом, оценить плотность сети (количество внутренних связей, разделенное на один узел), определить «ядро» сети (людей, обладающих наибольшим количеством связей). Кроме того, можно посмотреть представленность мигрантов в популярных группах («сообществах») ВКонтакте, также используя определенный софт для реализации данной задачи. При проведении тщательного исследования, основанного на представительной выборке групп, мы сможем определить, каким контентом интересуются мигранты, кластеризуются ли они в этих группах (находятся ли там, помимо мигранта, его друзья? Насколько «кластер» мигранта связан с другими кластерами, представленными в группе?). Такая работа требует кропотливого подхода и выискивания мигрантов среди огромного количества пользователей, но может дать достаточно интересные результаты. Тем не менее, можно предполагать, что мигранты (из тех, кто относится к культуре, сильно отли-

чающейся от культуры принимающего сообщества: помним, что мигранты не гомогенны) не настолько аккультурированы, чтобы использовать публичные сети, и те мигранты, которые являются их активными пользователями, представляют собой «верхушку» наиболее социализированных мигрантов. Впрочем, если такой вывод подтвердится, можно с известной степенью уверенности говорить о том, что мигранты в целом плохо интегрированы в привычки и практики принимающего сообщества, поскольку можно постулировать, что активное использование ВКонтакте (во всяком случае, в некотором возрастном диапазоне) следует считать маркером успешной аккультурации.

Если же мигрант не использует публичные сети, можно попробовать провести с ним интервью, в ходе которого могут также использоваться две методики. Во-первых, можно попросить его самого нарисовать сеть своих знакомых (или расспрашивать его о знакомых, и затем рисовать сеть). Затем – интервьюировать названного мигрантом людей. Во-вторых, можно попробовать задавать мигранту вопросы, устанавливающие его отношение к знакомым людям. «С кем из ваших знакомых вы бы провели вечер?», «С кем из ваших знакомых вы были бы рады пойти в поход» и др. Такие вопросы несколько меняют предложенный метод, но и дают довольно перспективные качественные характеристики полученной сети. Затем можно интервьюировать названных мигрантом людей, задавая им те же вопросы, а после изучать, насколько взаимны полученные из ответов изучаемых связи, насколько замкнута и плотна сеть и др. Более того, можно определить смысловую наполненность взаимодействий мигрантов: к кому человек испытывает те или иные чувства, насколько они взаимны и сильны. Главная проблема здесь напоминает ситуацию, с которой исследователь может столкнуться при попытке анализа публичных сетей: закрытость мигранта от других людей (в том числе нежелание давать интервью), отказ отвечать на вопросы.

Стоит отметить, что обе техники можно использовать не только отдельно, но и вместе.

Мы видим, что существуют плюсы и минусы использования различных техник получения данных для проведения анализа социальных сетей. Теперь имеет смысл поговорить о знании, которое мы можем получить, применив данный метод. Мы немного коснулись этой темы выше, но сейчас рассмотрим данный вопрос внимательнее.

Метод анализа графов применяется в самых разных дисциплинах, от биологии до истории; в социологии он также довольно популярен, причем его используют как в исследованиях малых групп, так и при изучении больших генеральных совокупностей. Для изучения людей, которых мы в данной работе называем мигрантами, анализ социальных

сетей может использоваться для нескольких целей. К каждой из потенциально достижимых целей мы приведем несколько проблем, которые происходят из особых характеристик мигрантов и (или) несовершенства предлагаемого инструментария.

Во-первых, и это наиболее очевидно, данный метод позволит нам определить, насколько мигрант интегрирован в практики принимающего сообщества. Подсчет отношения мигрантов и представителей принимающего сообщества в социальной сети мигранта покажет уровень его социализации в принимающее сообщество. Подсчитав такие значения для нескольких мигрантов, мы можем делать (впрочем, с некоторой осторожностью) выводы о генеральной совокупности. Стоит отметить также, что, посчитав отдельно выводы о плотности общей социальной сети мигранта (т.е. сети, включающей в себя связи и с другими мигрантами, и с принимающим сообществом), «мигрантской социальной сети» (т.е. сети, включающей в себя только мигрантов) и сети взаимодействий с принимающим сообществом (т.е. сеть, включающую в себя только мигранта и представителей принимающего сообщества), мы можем дать ответ на вопрос, насколько он социализирован вообще и отдельно в каждую из сетей, выделенных по принципу предполагаемого различия характера и размера взаимодействия мигрантов с принимающим сообществом и друг с другом. Здесь мы делаем привычное выборочное исследование; следовательно, количество исследуемых нами мигрантов зависит от размера генеральной совокупности и целей, которые ставит перед собой исследователь. Отметим, впрочем, что получение и анализ сетей, например, сотни мигрантов с использованием данных из публичных сетей едва ли займет больше нескольких дней, тогда как получение и анализ сетей с помощью интервью займет гораздо больше времени. Но интервью кажется нам более удачным методом для изучения непосредственно всех людей, которым мы присваиваем определение «мигрант», в рассматриваемом физическом пространстве (например, г. Санкт-Петербург), поскольку, как нам известно, не все мигранты пользуются публичными сетями. Следовательно, при изучении мигрантов посредством скачивания и анализа данных из ВКонтакте и др. публичных сетей, необходимо сразу же ограничивать.

Во-вторых, обратив внимание на структуру мигрантской сети, мы, скорее всего, обнаружим, что у некоторых узлов (в данной ситуации человек выступает как узел) *in-degree* (количество «входящих» в узел связей) больше (или даже значительно больше), чем в среднем по графу. Более того, возможно, мы выделим целый кластер таких узлов: при удачной визуализации, этот кластер будет находиться в центре графа, и в него будет стекаться наибольшее количество связей. Мы даже можем обнаружить несколько таких кластеров. Затем мы можем устанавливать,

кем являются люди, обладающие высоким in-degree. С одной стороны, это могут быть люди, которые сдают мигрантам жилье или помогают найти работу. С другой стороны, такие люди могут быть неформальными лидерами группы, устанавливающими правила, направленные на регуляцию действий приезжающих, что потенциально может дать большое количество сведений.

В-третьих, имеет смысл попробовать определить, как мигранты представлены в популярных сообществах. Создают ли они отдельные кластеры, передается ли контент по сети? Ответ на данные вопросы помогут нам установить контент, которым интересуются мигранты и структуру передачи информации через социальную сеть.

Несмотря на большое количество данных, которые может дать использование метода социальных сетей при изучении мигрантов, следует выделить несколько проблем, которые были упомянуты раньше, и кратко обрисовать потенциальные направления исследовательского поиска, которые могут привести либо к разрешению проблем, либо к созданию нового знания.

Во-первых, это возможная закрытость мигрантов от других людей, в том числе от исследователей. Если гипотеза о закрытости мигрантов подтвердится, то данные, которые мы можем получить посредством изучения интернет-площадок, формирующих социальные сети, будут сильно искажены и нерепрезентативны относительно генеральной совокупности («все мигранты в данном физическом пространстве», используя данное нами ранее определение понятия «мигрант»). Такие же опасения существуют относительно применения метода интервьюирования для выявления социальных сетей: мигранты могут отказываться от проведения интервью. В таком случае имеет смысл постулировать недостаточный уровень интеграции мигрантов, и переключиться на тех, кто пользуется публичными сетями или готов давать интервью; конечно, необходимо будет изменить и генеральную совокупность: не «все мигранты», но «мигранты, пользующиеся публичными сетями». Можно затем создать шкалу публичных сетей, используемых мигрантами в зависимости от уровня их аккультурации и социализации: например, человек, пользующийся ВКонтакте, Instagram и Twitter, скорее всего, больше социализирован, чем мигрант, использующий только ВКонтакте.

Во-вторых, многое зависит от физического пространства, которое мы изучаем: скорее всего, вероятность использования публичных сетей мигрантом, живущим в малом городе, ниже вероятности использования публичных сетей мигрантом, осевшим в крупном городе из-за того, что интернет-практики (и вообще распространенность использования ин-

тернета) жителей малых городов отличаются от практик жителей больших городов.

Метод анализа социальных сетей имеет свои плюсы и минусы. Часто исследователь, его использующий, встречает большое количество препятствий, связанных с изучаемым им предметом или несовершенством инструментария. Тем не менее, SNA часто применяется в современных социологических исследованиях и дает интересные результаты. Мы можем выделить две возможные функции данного метода для изучения мигрантов, которые, тем не менее, можно совмещать при проведении исследования. Во-первых, это поисковая функция. С помощью данного метода можно установить людей, обладающих наибольшими (или наименьшими, что тоже может быть важно) характеристиками центральности. Эти люди могут обладать особым статусом в группе, что делает их изучение важным для понимания механизмов функционирования сети. С этими людьми можно, например, проводить интервью для выяснения их реальной роли в сети: не всегда высокий уровень центральности точно говорит о высокой значимости человека в группе. Во-вторых, это функция изучения структуры, о которой уже было сказано раньше. Изучив характеристики плотности, связности и вообще конфигурацию сети, мы можем прийти к выводам о способах передачи информации, принятия новых членов и структуре взаимодействий внутри существующей сети. Здесь, впрочем, мы также можем использовать полученную информацию как направление для дальнейшего поиска и изучать направленность потоков информации, ее распределение среди участников и пр.

В данной статье мы постарались объяснить перспективы и проблемы применения метода *Social network analysis* к сетям мигрантов. Как нам кажется, данное направление является довольно перспективным, и, несмотря на некоторые проблемы, имеет смысл проводить исследования в этой области, поскольку использования традиционных методик, дающих хорошие, но неполные результаты, явно недостаточно.

Литература

1. Рыбаковский Л.Л. Исследования миграции населения в России // Социология в России: Учеб. пособие для студентов вузов / Г.М. Андреева, В.Н. Амелин, Я.У. Астафьев и др.; Отв. ред. В.А. Ядов; Сост.: З.Т. Голенкова, В.А. Ядов; РАН. Ин-т социологии. 2-е изд., перераб. и доп. М., 1998. 695 с.
2. Юдина Т.Н. Социология миграции: Учебное пособие для вузов. М: Академический Проект, 2006. 272 с. («Gaudeamus»).
3. Миграция и информация / Отв. ред. Ж.А. Зайончковская. Москва, 2000. 248 с.
4. Хохлова А.М. Город как целостность – город как подпространства: Петербург в восприятии мигрантов. «Телескоп: наблюдения за повседневной жизнью петербуржцев». 2004. № 6 (6).

5. *Amuedo-Dorantes C., Mundra K.* Social Networks and Their Impact on the Earnings of Mexican Migrants // *Demography*. 2007. Т. 44. № 4. С. 849-863.
6. *Giulietti C., Schluter C., Wahba J.* With a Lot of Help from my Friends: Social Networks and Immigrants in the UK // *Population Space and Place*. 2013. Т. 19. № 6. С. 657-670.
7. *Бредникова О., Паченков О.* Этничность «этнической экономики» и социальные сети мигрантов // *Экономическая социология*, 2002. Т. 3. № 2. С. 74-81.
8. *Сафонова М.А.* Организация миграционного потока: студенческие сети Казахстан – Петербург // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2009. № 4. С. 141-162.
9. *Градосельская Г.В.* Сетевые измерения в социологии: Учебное пособие / Под ред. Г. С. Батыгина. М.: Издательский дом «Новый учебник», 2004. 248 с.

ПРИЧИНЫ ВОЗНИКНОВЕНИЯ И ОСОБЕННОСТИ МОНОЭТНИЧЕСКИХ АНКЛАВОВ В ЦЕНТРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Аннотация: В статье анализируются экономические и культурные причины миграции граждан Республики Таджикистан в Россию. Более того, автором формируется портрет типичного мигранта-таджика. Так же, в данном материале автор приводит выводы, которые были выработаны в рамках социологического исследования моноэтнических анклавов, расположенных в центре Санкт-Петербурга.

Ключевые слова: трудовая миграция, этничность, этническая экономика, экономические беженцы, анклав, моноэтничность, адаптация, геттоизация, экспансия, нелегальная миграция.

Abstract: At this article economic and cultural causes of migration from Republic of Tajikistan to Russia. Moreover the author characterizes the portrait of typical Tajikistan migrant. Furthermore the author draws the conclusions that were made as a result of the sociological research of mono-ethnic enclaves, situated in the center of Saint-Petersburg.

Keywords: labor migration, ethnicity, ethnic economy, economic refugees, enclaves, mono-ethnicity, adaptation, ghettoization, expansion, illegal migration.

Демографическая ситуация в Российской Федерации в данный момент характеризуется стабильной убылью населения, что детерминруется высоким уровнем смертности и низким уровнем рождаемости [26]. Если говорить о перспективах и долгосрочных стратегиях изменения демографической ситуации, то, по мнению Ж.А. Зайончковской, серьезно изменить эту негативную тенденцию, в течение нескольких десятилетий невозможно [3].

Миграция становится практически единственным источником пополнения трудовых ресурсов страны, так что в сложившейся ситуации, потерю населения и пополнение её трудоспособной части «покрывают» мощные миграционные потоки, преимущественно из бывших республик СССР. Однако миграционные потоки в России практически не контролируются. По официальным данным ООН на территории РФ находится примерно 11 млн. мигрантов, что обеспечивает ей второе место в мировом рейтинге по количеству мигрантов из других государств, уступая только Соединённым Штатам Америки с почти 46 млн. мигрантов [22].

Столь высокий уровень миграции обусловлен целым рядом факторов. В их числе: различия социальной и налоговой государственных систем, квалификация и происхождение рабочей силы и т.д. «Согласно территориально-структурным моделям, масштаб межстартовых миграционных потоков предопределяется сочетанием таких факторов в регионе иммиграции, как безработица, прирост населения, бедность, экономическая стагнация, а в регионе иммиграции – нехватка рабочей силы, быстрый экономический рост и рост занятости. Действуют так же факторы значительного разрыва в уровне заработной платы между регионом эмиграции и иммиграции, а так же географической удалённости, языковой и культурной дистанций» [7, с. 234].

Дальнейшее теоретическое обоснование невозможно без операционализации понятий «миграция», «трудовой мигрант» и «экономический беженец». Итак, в рамках этой статьи, мы используем определение миграции Л.Л. Рыбаковского: «Миграция – это любое территориальное перемещение, совершающееся между различными населёнными пунктами одной или нескольких административно-территориальных единиц, в независимости от продолжительности, регулярности и целевой направленности» [8, с. 35]. Для понятия «трудовые мигранты» мы будем использовать определение Ж.А. Зайончковой: «Трудовые мигранты – мигранты, временно переезжающие на новое место жительства, с целью поиска работы» [3, с. 1]. В свою очередь, для понятия «экономический беженец» нами также используется определение Ж.А. Зайончковой: «Экономические беженцы – мигранты, приезжающие в страну с целью повышения своего уровня жизни, а так же с намерением остаться на постоянное место жительства» [3, с. 1].

Но, несмотря на разграничение понятий «трудовой мигрант» и «экономический беженец», на практике чёткого деления не наблюдается. Данную ситуацию очень точно охарактеризовала Е.В. Тюрюканова: «Жизнь вносит коррективы в классические представления, согласно которым существует четкое разделение между временной и постоянной, а так же вынужденной и экономической миграцией. Миграционное поведение людей становится всё более гибким, а критерии разделения потоков по целям перемещений – менее чёткими» [9, с. 34].

Сформировавшаяся до переезда цель, а, следовательно, тип и стратегия миграции, могут изменяться под влиянием многих факторов, с которыми сталкивается адаптант на новом месте. Успех или неудача в процессе адаптации к новой среде влияет на конечную цель адаптанта [10, с. 184].

В рамках проводящегося автором исследования были выявлены два близкорасположенных моноэтнических анклавов. Будем рассматривать этнический анклав как социальное пространство, имеющее свои границы и преимущественно заселённое людьми, не являющимися частью принимающей этнической общности. В таком случае, моноэтнический анклав – это этнический анклав, подавляющее большинство членов которого, являются представителями одной этнической общности.

Для начала, чтобы понять основные причины возникновения анклавов, давайте рассмотрим факторы, влияющие на миграцию в целом. Мы уже упомянули, что этнические анклавы, которые мы рассматриваем, заселены представителями одной этнической общности. В нашем случае, эта общность – таджики.

Основная причина столь сильного миграционного потока из Таджикистана – сложная экономическая обстановка в этой стране. Географическое расположение Республики Таджикистан крайне негативно сказывается на экономике страны. Таджикистан расположен вдали от всех Евразийских торговых путей. Более того, 93% территории Таджикистана расположены в горной местности, что вкуче со сложной экономической обстановкой, обуславливает крайне низкий уровень развития инфраструктуры внутри государства.

Во времена СССР, основной специализацией Таджикской ССР была хлопковая промышленность. Позднее, во второй половине XX века, в Таджикской ССР были оборудованы предприятия машиностроительной, текстильной, химической и гидроэнергетической отраслей. Стоит заметить, что после распада СССР, данные предприятия, за исключением гидроэнергетических, либо прекратили своё существование, либо находятся в состоянии стагнации.

Огромное значение в экономической жизни страны сыграла продолжительная гражданская война 1992 — 1997 годов, в результате которой был нанесён ущерб, превышающий 10 млрд. долларов США [4].

Вот только некоторые социально-экономические характеристики Республики Таджикистан [15]:

Таблица 1.

Основные социально-экономические характеристики
Республики Таджикистан

Показатели	2009 год	2010 год	2011 год	2012 год
ВВП (млрд. долл. США)	4,97	5,6	6,5	7,6
<i>в % к предыдущему</i>	<i>103,4</i>	<i>106,5</i>	<i>107,4</i>	<i>107,5</i>
Уровень инфляции (в % к декабрю предыдущего года)	105,0	109,8	109,3	106,4
Среднемесячная номинальная заработная плата (долл. США)	69,5	87,7	96,8	116,6
<i>в % к предыдущему</i>	<i>101,9</i>	<i>126,2</i>	<i>125,8</i>	<i>124,5</i>
Численность населения	7259,6	7716,4	7800,5	8000,0
Из них официально зарегистрированные безработные (тыс. человек)	46,5	47	54	52,3
<i>в % к предыдущему</i>	<i>177</i>	<i>188,8</i>	<i>120,8</i>	<i>121,3</i>
Внешний долг	1 691,3	1 942,3	2 124,0	2 300,0
<i>% к ВВП</i>	<i>35,8</i>	<i>34,7</i>	<i>32,5</i>	<i>30,3</i>

По данным, приведённым в таблице (см. табл.1), можно выявить всё ещё высочайший уровень инфляции, рост населения, а так же рост безработицы.

К сожалению, в Таджикистане сейчас проводится крайне мало статистических исследований, в связи с их дороговизной, а так же для поддержания рейтингов действующей власти. Так что нам придётся опираться на неофициальные статистические источники, чтобы описать оставшиеся факторы миграции.

«Безработица в Таджикистане достигла катастрофических масштабов. По неофициальным данным, сегодня уровень безработицы в республике составляет 35-45% трудоспособного числа населения. При этом кризисные явления в экономике привели к тому, что наибольшее число безработных приходится на 20-39 лет. Причем это в равной степени относится к мужчинам и женщинам» [16].

Российская Федерация буквально жизненно необходима для функционирования экономической системы Республики Таджикистан. Реальный объём пересылаемых в Республику Таджикистан денег, по оценке Европейского банка реконструкции и развития, — около 3,5 млрд. долларов США, при этом до 90% средств переводятся из России. Переведённые средства, в основной массе, не инвестируются, а тратятся на текущее потребление [13].

В 2008 году из РФ в Таджикистан было переведено 2,5 миллиарда долларов США [14]. Денежные переводы таджикских мигрантов на родину составляют 47% ВВП страны (к ВВП на 2008 год). Таким образом, по соотношению переводов к ВВП Таджикистан занимает 1-е место в мире.

«Сегодня число выехавших на заработки граждан Таджикистана приближается к двум миллионам. Низкая квалификация, незнание русского языка позволяет таджикским рабочим заниматься лишь определенными видами деятельности. Так, большая часть из них — более 60% работают на стройках, 25% работают в сфере коммунальных служб — то есть на уборке улиц и вывозе мусора, около 10% торгуют на рынках» [16].

Итак, основными причинами миграции из Таджикистана в Россию, по нашему мнению являются:

1. Бедность, нищета;
2. Высокий уровень безработицы;
3. Рост населения;
4. Нестабильное экономическое положение в Республике Таджикистан.

К сожалению, нет «свежих» данных по современной миграционной ситуации в Таджикистане, так что приведём последний опрос (в виде диаграммы), направленный на выявление основных причин миграции в Россию, проведённый Международной Организацией по Миграции (МОМ) в 2002 году [17].

Итак, на основе данных, полученных МОМ в 2002 году (предполагая, что структурно ситуация не претерпела кардинальных изменений), попробуем выстроить портрет трудового мигранта из Республики Таджикистан.

«Если рассмотреть, каков удельный вес численности мигрантов среди отдельных возрастных групп, то можно увидеть два подъема миграции в группах 20-29 лет и 40-49 лет. Распространение миграции в этих двух возрастных группах объясняется сохранением традиций жизненного цикла у таджиков: первая группа, назовем ее условно «сыновья», отправляются на заработки с целью собрать средства для женитьбы, строительства дома или покупки квартиры, а также устройства собственной семьи.

Вторую возрастную группу, выбирающую трудовую миграцию – 40-49 лет, можно условно назвать «отцы». Эти люди хотят заработать на жилье для подрастающих детей, семейные праздники – свадьбу, на домашнее имущество, ремонт дома или на маленький бизнес. Однако большинство «отцов» уезжает на заработки, чтобы прокормить свое семейство» [17].

Если проанализировать миграционные потоки по возрасту и сфере занятости, то мы сможем увидеть, что молодые мигранты (первой возрастной категории), как правило, работают на низкооплачиваемых работах, не требующих высокого квалификационного уровня, хорошего знания русского языка и т.д. В свою очередь, вторая возрастная категория, основываясь на образовательной базе, полученной ещё во времена СССР, примерно на 41% занята в сферах торговли и производства [17], требующих, как знание русского языка, так и определённый квалификационный уровень.

По данным МОМ, половая структура миграционных потоков в Россию характеризуется преобладанием (85%) мужчин.

«По уровню образования трудовая миграция из Таджикистана отчетливо распадается на две группы: первая, самая многочисленная – это молодежь, которая имеет среднее или неполное среднее образование (9-11 классов) и очень редко – специальное образование. Вторая группа – это люди среднего и старшего возраста, квалифицированные рабочие и специалисты» [17].

На этом закончим формирование портрета мигранта и перейдём к рассмотрению целей и стратегий миграции.

Формирование цели напрямую зависит от процесса социальной адаптации мигранта. Мы рассматриваем социокультурную адаптацию (она же межкультурная адаптация или кросс-культурная адаптация) как «исторически обусловленную практическую деятельность, основное содержание которой составляет приспособление и привыкание личности и общностей к изменяющимся условиям, формам и способам общественной жизни и преобразования социальной среды в соответствии с личными и общественными потребностями» [11].

Так, или иначе, нам нужно проанализировать процесс социокультурной адаптации, чтобы понять, какие именно категории мигрантов организуют анклав, а так же в какой именно период времени они это делают. Для начала, несмотря на тот факт, что цель адаптанта изменчива, мы рассмотрим все возможные адаптационные стратегии.

- Первая модель – «геттоизация». В рамках этой модели, адаптанты избегают частых контактов с местным населением и принимающей средой. Подобное в основном характерно для этнических меньшинств, проживающих в крупных, индустриальных центрах. «Геттоизация (от слова гетто, ghetto) – образование единых городских районов, населённых преимущественно представителями определённой этнической, расовой, религиозной или социальной группы. Приезжие связываются между собой и образуют внутри новой для них культуры изолированные анклав (гетто), где сохраняют и поддерживают традиционные для них модели культурного поведения» [12].

- Вторая модель – стратегия культурной колонизации. Данная модель подразумевает наличие у мигрантов интолерантности и этноцентризма. В рамках этой стратегии, принимающая среда в данном случае воспринимается адаптантом крайне негативно, критикуется и отвергается.

- Третья модель, хотя и не подходит для объяснения возникновения анклавов, всё равно актуальна. Она подразумевает ассимиляционную стратегию, то есть отказ адаптантов от своей культуры и максимально полное принятие культуры принимающей стороны.

- Четвёртая модель – интегративная стратегия. Интегрируясь, адаптанты, представляющие этническое меньшинство, сохраняют память и приверженность родной культуре, но происходит «интернализация» ими инокультурных элементов.

В рамках нашего исследования, нас, в большей степени, интересуют первые две модели. На данный момент можно смело утверждать, что в Санкт-Петербурге нет этнических гетто, однако, уже образуются этнические анклав, которые мы рассматриваем как потенциальную основу для дальнейшей геттоизации.

Моноэтнические анклав, которые были обнаружены нами, обладают двумя важными характеристиками, что качественно отличает их от других известных нам этнических анклавов.

1. Географическое расположение относительно друг друга.

2. Моноэтничность, то есть в отличие от других известных нам анклавов, процент мигрантов, проживающих на изучаемой нами территории максимален, то есть составляет 100%.

Сначала рассмотрим их географическое положение.

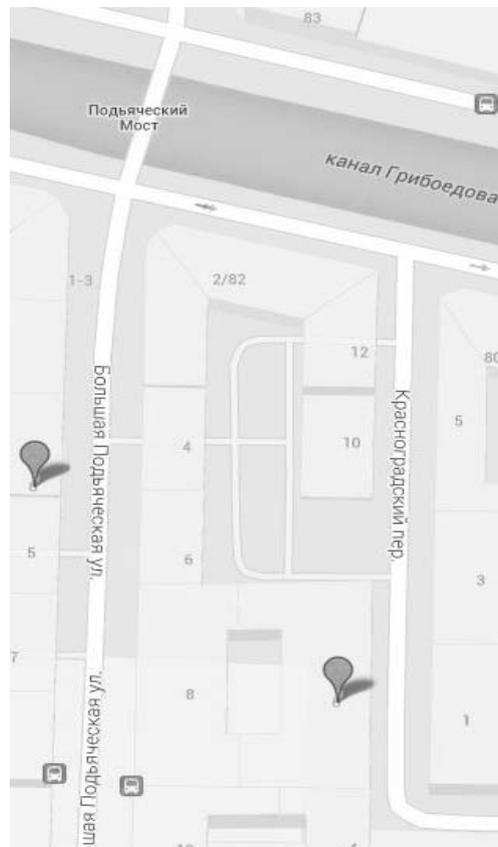


Рис. 1. Географическое расположение моноэтнических анклавов Большой Подьяческой улицы.

Расстояние между зданиями составляет 220 метров (по тротуару). С учётом средней скорости перемещения пешехода, этот маршрут можно преодолеть за 3 минуты пешего шага.

Данные с публичной кадастровой карты [18]:

Таблица 2.

Кадастровые характеристики дома 1-3 литер А
по Большой Подъяческой улице

Статус:	Временный (Удостоверен)
Адрес:	г. Санкт-Петербург, Большая Подъяческая улица, дом 1-3, литера А
Декларированная площадь:	1 429.00 кв. м
Кадастровая стоимость:	119 320 528.28 руб.
Форма собственности:	Нет данных
Дата постановки на учет:	22.09.2008
Кадастровый инженер:	Нет данных
Квартал:	78:32:0001239
Район:	78:32
Округ:	78
Дата обновления атрибутов участка на ПКК:	25.10.2013
Дата обновления границ участка на ПКК:	13.06.2013

Таблица 3.

Кадастровые характеристики дома 6 по Красноградскому переулку

Статус:	Учтенный
Адрес:	г. Санкт-Петербург, Красноградский переулок д. 6
Уточненная площадь:	1 926.00 кв. м
Кадастровая стоимость:	140 839 520.40 руб.
Форма собственности:	Нет данных
Дата постановки на учет:	19.03.2013
Кадастровый инженер:	Нет данных
Квартал:	78:32:0001238
Район:	78:32
Округ:	78
Дата обновления атрибутов участка на ПКК:	25.10.2013
Дата обновления границ участка на ПКК:	13.06.2013

Как можно понять из таблиц, приведённых выше, у нас нет официальных данных по форме собственности касательно этих объектов недвижимости. Однако в интернет источниках есть остатки старых объявлений о продаже дома по Красноградскому переулку.

Дом номер 3 (дом Злобина) по Большой Подьяческой улице является вновь выявленным объектом культурного наследия. По данным портала «Карповка», дом признали аварийным и начали расселять в 2006 году [24]. Данных, относительно обоих объектов практически нет. Вот такую информацию приводит «Живой город» — сайт общественного движения за сохранение культурного наследия Санкт-Петербурга: «По имеющимся данным, договор на обслуживание домов № 1 и № 3 перезаключен с жилищно-коммунальными структурами всего на один год. Часть жильцов уже расселена. В зданиях имеются следы неравномерных просадок. К тому же появилась информация, пока невнятная, о некоем «конкретном «инвестиционном проекте». Стоит обратить внимание, что это статья от 2010 года [23].

Дом, расположенный по адресу Красноградский переулок 6, является выявленным объектом культурного наследия как «Особняк К. И. Шредера». С 1864 года принадлежал владельцу фортепианной фабрики «С. М. Schroder» Карлу Иоганну (Ивановичу) Шредеру. Данное здание включено в программу «Фасады Санкт-Петербурга» в 2011 году. В здании проведена реставрация фасада. Заказчик: Комитет по государственному контролю, использованию и охране памятников истории и культуры (КГИОП) [19].

Вот один из комментариев размещённый местным жителем в интернете: «Дом №6 по Красноградскому переулку был расселен в связи с аварийным состоянием в 2010 году. Для его ремонта были наняты рабочие из стран Средней Азии. Выполняя строительные работы, гастарбайтеры проживали в том же здании. Однако когда ремонт был закончен, новые жильцы в отреставрированный дом почему-то так и не въехали. А вот нелегалы решили там обосноваться. По-видимому, не без ведома местной администрации и органов внутренних дел» [25].

Нам удалось найти несколько объявлений (за 2011 год) о продаже данного здания. Вот одно из них: «Здание в историческом центре города, памятник архитектуры «Дом К.И. Шредера», конец 19 века архитекторы В.И. Шауб и А.Я. Рейнберг. Жилой дом, расселен, 11 квартир, 1-3 этажи h=3.5м, мансарда h=3м» [20]. В одном из объявлений была указана стоимость здания: «225000000 руб./ 6975000\$ / 5175000 €» [21]. К сожалению, даже поиск объявлений и звонки в агентства по

продаже недвижимости не помогли нам в поисках владельцев вышеперечисленных зданий.

Подведём краткий итог нашего поиска:

1. Оба здания являются вновь выявленными объектами культурного наследия.

2. Нам не известно, кому принадлежат данные здания.

3. Дом Злобина по Большой Подъяческой находится в аварийном состоянии, расселён.

4. Особняк Шредера расселён. Фасад отреставрирован. В общем, находится в хорошем состоянии.

5. Предположительно, оба здания являются частью инвестиционных проектов, но информации по этому вопросу в свободном доступе нет.

В связи с абсолютной закрытостью вышеперечисленных зданий-анклавов, единственный метод дальнейшего анализа, который был нами применён – скрытое наблюдение. Далее я хочу привести несколько моментов, которые были выявлены нами. Сразу хочу обратить внимание на то, что полученные данные, хоть и косвенно, но всё же говорят о наличии сложной организации анклавов.

Итак, предположительно, в Доме Злобина проживает не менее 100 человек, а в особняке Шредера не менее 50 человек. Так же мы можем добавить, что процент женщин и детей в Доме Злобина многократно превышает этот же показатель в особняке Шредера.

Далее, несмотря на тот факт, что в Доме Злобина сохранились практически все стёкла, все окна (в том числе и выходящие во двор) заделаны пакетами, картоном, газетами и т.д. Аналогичная ситуация и в особняке Шредера. Дома всё ещё отапливаются и снабжаются электричеством и водой, так что предположение о том, что окна заделаны с целью теплоизоляции, вызывает сомнения. Мы склонны предполагать, что это маскировка: свето- и звукоизоляция. Кстати, мы так и не узнали причины того, почему расселённый дом до сих пор отапливается. Наши предположения на этот счёт мы опишем позднее.

Так же, во внутреннем дворе Дома Злобина развешаны «свежие» объявления, сообщающие о размере социальных выплат по уходу за ребёнком. Ниже приведён телефонный номер местного МФЦ.

Во время наблюдения, нами были выявлены некоторые различия в благосостоянии жильцов обоих домов. Мигранты, проживающие в доме по Красноградскому переулку, обладают более высоким уровнем жизни, на что указывают несколько факторов:

1. Особняк Шредера отреставрирован, то есть находится в хорошем состоянии.

2. Напротив особняка Шредера стоят 8 автомобилей, предположительно жильцов-мигрантов. У Дома Злобина нет ни одного автомобиля, который был бы использован жильцами.

3. Особняк Шредера, в отличие от Дома Злобина, имеет металлическую дверь с электронным замком и домофоном. Большинство жильцов имеют собственные ключи. В Доме Злобина же, двери не закрываются вообще.

4. Все жильцы особняка Шредера одеты лучше, нежели жильцы Дома Злобина. Стоит заметить, что некоторые жильцы дома по Большой Подьяческой улице носили рабочую одежду (спецовки без каких-либо обозначений). Некоторые жильцы несли с собой метлы, вёдра. Мы предполагаем, что они работают в сфере ЖКХ. Среди жильцов дома по Красноградскому переулку нами не было замечено ни одного человека в рабочей одежде, униформе и т.д.

Особого внимания заслуживает тот факт, что напротив особняка Шредера постоянно стоит чёрный внедорожник с полностью тонированными стёклами. По нашим наблюдениям, за рулём находится человек ярко-выраженной внешности представителя республик Средней Азии (*).

На этом мы прекратим описание объекта исследования и перейдём к интерпретации. С нашей точки зрения, есть два варианта объяснения моноэтничности данных анклавов. Первый вариант, который нами рассматривается – это т.н. «этнические социальные сети», в свою очередь второй вариант объясняется особенностями организации ввоза и размещения нелегальный мигрантов, проводимыми преступными группировками.

«В эмиграции, то есть в окружении этнически «чужих» — они мигранты доверяют друг другу потому, что принадлежат к одной этнической группе. Доверие, основанное на разделённой этнической идентичности, позволяет сформировать «этнические» социальные сети, облегчает циркуляцию информации по этим сетям, сокращает возможные транзакционные издержки, связанные с недоверием» [1].

С точки зрения комплексного подхода, этнические связи помогают решать финансовые проблемы, проблемы поиска квалифицированных рабочих и рабочей силы. Этничность стабилизирует мигрантское сообщество, позволяет мигрантам быть конкурентоспособными. Таким образом, формируется сообщество, отношения которого, строятся на основе, доверия, общности интересов и происхождения, а так же неформальности. Это сообщество называется «этнической экономикой». «Этническая экономика состоит из этнических

самозанятых и работодателей и их работников, принадлежащих к той же этничности» [2].

Однако, результаты и выводы, сделанные О.В. Паченковым, не дают нам возможности утверждать, что обнаруженные нами анклав являются сложной формой кооперации в рамках этнической социальной сети: «Разделяемая этничность, «объективно» присутствующая с точки зрения стороннего наблюдателя, часто не является фактором, на который мигранты субъективно ориентируются в своих экономических действиях <...> В реальной жизни и в бизнесе мигранты помогают и доверяют друг другу не потому, что они принадлежат к одной этнической группе, а потому, что они «друзья», «коллеги», «соседи» и т.п. Ориентация на этничность в среде недавних экономических мигрантов носит ситуативный характер и часто не является определяющей при выборе ими жизненных стратегий, в том числе трудовых» [5, с. 162].

Выводы О.В. Паченкова точно скорректировала И.В. Ивлева: «Проблема, видимо, связана с неудачным выбором объекта исследования. Например, в проекте О. Бредниковой и О. Паченкова в качестве проекта исследования были избраны мало адаптированные мигранты, которые торговали на рынке, не опираясь на какие-либо сети социальной поддержки, на основании чего был сделан вывод об отсутствии этнических экономик в Санкт-Петербурге. Однако во многом можно согласиться с утверждениями, сделанными О. Паченковым относительно заострения проблем этничности при обсуждении миграции» [6, с. 133].

В нашей ситуации статус мигранта не важен. Речь идет о том, что мигранты, находящиеся на территории Российской Федерации легально, могут иметь временную регистрацию в так называемых «резинových квартирах» и т.п. Так или иначе, даже при наличии полного пакета документов, этим людям фактически негде жить на легальных условиях. Таким образом, ситуация с местом жительства для легальных и нелегальных мигрантов может быть идентичной.

Если рассматривать мигрантов второй возрастной категории, то реализовать стратегию, необходимую для эффективного включения в этническую экономику (или же для простого привлечения социального капитала) им намного легче. В данном случае важную роль играет уровень квалификации, опыт работы, знания языка и т.д.

В этой ситуации мы можем прийти к выводу, что факт нелегального пребывания в стране, низкий уровень знания языка или же его отсутствие (выявленное нами при наблюдении), а также низкий уровень квалификации членов изучаемых нами анклавов препятствуют

успешной интеграции в экономическую систему в целом и ее этническому сектору в частности.

На основании всего вышесказанного нельзя утверждать, что основополагающим фактором образования анклавов, которые мы рассматриваем, является именно этническая принадлежность их членов. Однако сложное организационное устройство анклавов, расположенных на Большой Подъяческой улице и Красноградском переулке дает нам право предполагать, что согласно системному подходу заселение этих зданий проходит централизованно.

Итак, основные выводы:

1. Два моноэтнических анклава, которые мы изучали, имеют очень закрытую структуру, следовательно, практически невозможно получить все необходимые данные. Часть наших выводов строится на допущениях и предположениях, так что необходимо учитывать это в дальнейшем.

2. В случае с анклавами, расположенными по адресам Большая Подъяческая улица 3 и Красногорский переулок 6, определяющим фактором является не этничность (в связи с низким уровнем интегрированности мигрантов-жильцов), а особенности размещения больших групп мигрантов в условиях их централизованной перевозки. Следовательно, моноэтничность в этом случае представляет собой скорее побочный эффект организации перевозки и размещения, нежели сложный вид кооперации в рамках этнической экономики.

3. Так же, отсутствие официальной информации (информация по формам собственности, инвестиционным проектам в микрорайоне и т.д.), а так же косвенные факторы (отопление, обеспечение зданий водой, электричеством, социальное обеспечение посредством МФЦ) дают основания предполагать, что в данной ситуации задействованы государственные структуры.

4. Заклеенные тонировочной плёнкой, картоном и полиэтиленом окна, а так же постоянный внешний контроль (*), функционирующий по принципу контрольно-пропускного пункта, предполагают определённый уровень организованности данного заселения, что исключает вероятность «спонтанного» возникновения этих анклавов.

5. В связи с тем, что в вышеперечисленных домах, на данный момент, не могут быть зарегистрированы люди, а реставрационные работы там не проводятся, можно прийти к выводу, что мигранты проживают в этих домах нелегально. Вкупе с признаками сложноорганизованной структуры, можно предположить, что перед нами случай незаконного захвата зданий, который должен быть расследован ФМС России и МВД России.

6. В связи с тем, что ситуация не изменяется уже более 2 лет, невозможно предугадать её дальнейшее развитие. Предположительно бли-

зость двух анклавов объясняется географическими характеристиками инвестиционного проекта, под который предположительно попали здания, что позволяет нам говорить о том, что в данном случае процесс геттоизации исключён, в связи с отсутствием каких-либо других признаков этнической экспансии территории рассматриваемого нами микрорайона.

Литература

1. *Light I.* Immigrant and Ethnic Enterprise in North America // *Ethnic and Racial Studies*. April 1984. Vol. 7.
2. *Light I., Karageorgis S.* The Ethnic Economy // *The Handbook of Economic Sociology* / Ed. by M. Smelser, R. Swedberg, Princeton: Princeton University Press. 1994.
3. *Зайончковская Ж.А.* Миграция вышла из тени // *Отечественные записки*. Журнал для медленного чтения. 2004. №4 (18).
4. Курсом независимости, реформ и прогресса // *Народная газета*. 2011. 14 сент.
5. *Паченков О.В.* Роль «этнической идентичности» в исследованиях миграции и ответственность социального учёного // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2008. Т. XI. №1. 219 с.
6. *Ивлева И.В.* Трудовые мигранты в городской экономике // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2009. Т. XII. №3. 218 с.
7. *Фомичёв В.И.* Международная торговля. М.: Инфра-М, 1998. 496 с.
8. *Юдина Т.Н.* Социология миграции: учебное пособие для ВУЗов. М.: Академический проект, 2006. 272 с.
9. *Тюрюканова Е.В.* Трудовая миграция в России // *Отечественные записки*. Журнал для медленного чтения. 2004. № 4 (18).
10. *Жуковская Ю.О.* К вопросу о социальной адаптации трудовых мигрантов в российской среде // *Журнал социологии и социальной антропологии*. 2009. Т. XII. № 1. С. 179-186.
11. *Шпак Л.Л.* Социокультурная адаптация в советском обществе. Красноярск, 1991. 21 с.
12. *Культурология. XX век. Энциклопедия в двух томах / Под ред. С.Я.Левит. СПб.: Университетская книга, 1998.*
13. *Banking Environment and Performance Survey II Country Profile*. [Электронный ресурс] // Европейский банк реконструкции и развития [Официальный сайт] URL: <http://www.ebrd.com/downloads/research/economics/microdata/beps/tajikistan.pdf> (дата обращения: 18.11.2013).
14. *Трансграничные операции физических лиц в 2008 году* [Электронный ресурс] // Банк России [Официальный сайт] URL: http://www.cbr.ru/statistics/CrossBorder/Cross-border_08.pdf (дата обращения: 18.11.2013).
15. *Обзор состояния экономики Республики Таджикистан за 2012 год* [Электронный ресурс] // Министерство экономического развития Российской Федерации. Портал внешнеэкономической информации. [Официальный сайт] URL: http://www.ved.gov.ru/exportcountries/tj/about_tj/eco_tj/ (дата обращения: 18.11.2013).
16. *Новый виток безработицы в Таджикистане: больше мигрантов, больше детей-бродяг* [Электронный ресурс] // Общероссийское общественное движение «Таджикские трудовые мигранты» [Официальный сайт] URL: <http://tajmigrant.com/novyy-vitok-bezroboticy-v-tadzhikistane-bolshe-migrantov-bolshe-detej-brodyag-2.html> (дата обращения: 18.11.2013).
17. *Олимова Саодат, Боск Игорь.* Трудовая миграция из Таджикистана. [Электронный ресурс] // Международная Организация по Миграции в сотрудничестве с Научно-

исследовательским центром «ШАРК». 2003 г. URL: http://www.iom.tj/pubs/Labour_Migration_Rus.pdf (дата обращения: 17.11.2013).

18. Портал услуг. Публичная кадастровая карта. [Электронный ресурс] // Государственный кадастр недвижимости на территории Российской Федерации [Официальный сайт] URL: <http://maps.rosreestr.ru/PortalOnline/> (Дата обращения: 18.11.2013).

19. Фасады Санкт-Петербурга [Электронный ресурс] // Официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга URL: http://gov.spb.ru/gov/otrasl/c_govcontrol/fasad/ (Дата обращения: 17.11.2013)

20. Недвижимость «Русланд» [Электронный ресурс] // URL: <http://www.anrusland.ru/zdanie,-krasnogradskij-per,-d.62.html> (Дата обращения: 17.11.2013).

21. Продажа здания – Красноградский пер.д.6, Санкт-Петербург [Электронный ресурс] // theproperty коммерческая недвижимость [Официальный сайт] URL: <http://theproperty.ru/82467/> (Дата обращения: 17.11.2013).

22. Число международных мигрантов во всем мире достигает 232 млн. человек [Электронный ресурс] // Организация объединенных наций [Официальный сайт]. URL: <http://www.un.org/en/ga/68/meetings/migration/pdf/Int..> (дата обращения: 17.11.2013).

23. Война памятникам. Мир инвесторам // Живой город. Движение за сохранение культурного наследия Санкт-Петербурга [Официальный сайт] URL: http://www.save-spb.ru/page/houses/houses/podiach_1_5.html?section=old_house/adresa (Дата обращения: 18.11.2013).

24. Шесть домов в Адмиралтейском районе признали аварийными // «Карповка»* – петербургская интернет-газета. [Официальный сайт] URL: <http://karповka.net/2010/11/21/18974/> (Дата обращения: 18.11.2013).

25. Этническая карта Петербурга // Народный мониторинг этнопреступности, трудовой экспансии и скопления иммигрантов в Санкт-Петербурге. Проект общественной организации Национальная (Народная) Социалистическая Инициатива [Официальный сайт] URL: <http://etnokarta.org/articles/skopleniya-migrantov/item/342-krasnogradskiy-per-6-nelegalnyie-migrantyi-prozhivayut-v-rasselennom-dome-17092013> (Дата обращения: 18.11.2013).

26. Официальная статистика. Население. Демография. [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики [Официальный сайт]. URL: http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rossta.. (дата обращения: 17.11.2013).

СПЕЦИФИКА ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ «СВОИХ» И «ЧУЖИХ» В ПУБЛИЧНЫХ ГОРОДСКИХ ПРОСТРАНСТВАХ: ФЕНОМЕНОЛОГИЧЕСКИЙ ДИСКУРС

Аннотация: В настоящей статье рассматривается специфика взаимодействия и восприятия – «толерантная» ксенофобия – социальных акторов в публичных городских пространствах, находящихся на разных полюсах дихотомии «свой – чужой» на примере столкновения разных этничностей. Проблема ксенофобии рассматривается сквозь призму феноменологической социологии.

Abstract: This article discusses the specifics of interaction and perception – the «tolerant» xenophobia – of social actors in urban public spaces that are at opposite ends of the dichotomy «friends» and «strangers» in the case of collision of different ethnicities. The problem of xenophobia is viewed through the lens of phenomenological sociology.

Ключевые слова: городское публичное пространство, ксенофобия, межэтнические отношения, феноменологическая социология, этнометодология, Альфред Шютц.

Keywords: urban public space, xenophobia, inter-ethnic relations, phenomenological sociology, ethnomethodology, Alfred Shutz.

Современный город представляет собой специфическое поле социальных взаимодействий различного характера – от одобряюще-дружелюбного до агрессивно-конфликтного. Специфика и вид социальных интеракций зависят от многочисленных факторов – политических, экономических, исторических и т.п. – но для нас релевантны две детерминанты – географическая и социальная. В данной статье нами будут изучены публичные городские пространства как особые поля социальных практик «своих» и «чужих» в рамках феноменологической парадигмы.

Теоретическая социологическая рефлексия дихотомии «мы – они» имеет богатую традицию, начиная с Георга Зиммеля [1]. Зигмунд Бауман полагает, что проблематика интеракций с «чужими» и сегодня остается важнейшей в социологическом мышлении [2]. Если раньше проблема взаимодействия «своих» и «чужих» была более актуальна для социального исследователя в макросоциологическом дискурсе (межрелигиозные, межкультурные, межэтнические конфликты больших социальных групп), то сегодня проблема интолерантности к «чужому» имеет

больший потенциал к изучению в рамках макросоциологии, а именно, в контексте интерпретации «чужих» самим социальным субъектом.

В этом контексте, изучать явление интолерантности по отношению к «другому» мы видим целесообразным через призму феноменологической парадигмы Альфреда Шютца, поскольку «феноменология социального мира сфокусирована на изучении общества как определенной системы жизненных смыслов, объединяющих людей в социокультурное сообщество. Она исследует универсум intersубъективных значений и способы их порождения и трансляции» [цит. по: 3, с. 17].

Социальная гетерогенность вынуждает нас каждый день встречать «другого» вне зависимости от нашего желания. Для акторов с этноцентрической установкой такие встречи оборачиваются внутренним дискомфортом и напряжением, а для субъектов релятивистской ориентации встреча «другого» будет лишь индикатором социального плюрализма. Тем не менее, очевидно, «сегодня социальная гетерогенность – и в ее обыденном понимании, и в глубинном смысле – все более сдвигается в средоточие человеческого бытия, пронизывает все решающие события жизни и сознание людей» [4, с. 92]. «Современный город не имеет завершения, у него нет центра, нет четко закрепленных частей. Он, скорее, представляет собой сплав зачастую рассогласованных процессов и социальной гетерогенности, местом взаимосвязи близкого и далекого, последовательностью ритмов; он всегда растекается в новых направлениях» [5, с. 210].

«Существует, пожалуй, столько же определений города, сколько существует самих городов» [6, с. 50]. За основу определения публичного городского пространства мы возьмем подход американского социолога Ричарда Сеннета, согласно которому публичное пространство – это такая территория, где имеют место «множественные незапланированные взаимодействия», обусловленные *урбанизированной ситуацией*. «За урбанизированную ситуацию принимается та, в которой незнакомые люди могут сплошь и рядом встречаться друг с другом» [3, с. 141]. Иными словами, ключевым понятием подхода Ричарда Сеннета является *социабельность* акторов, то есть способность к осуществлению социального взаимодействия.

В публичном городском пространстве специфика восприятия «чужого» особенно актуально, поскольку, по мнению А. Йанг, «оказываясь в публичном пространстве, человек всегда рискует столкнуться с теми, кто отличается от него, с теми, кто идентифицирует себя с другими группами и ведет иной образ жизни. Разнородность социальных групп, существующих в городе, чаще всего становится очевидной именно в публичном пространстве» [7, с. 188].

Общедоступность и толерантность городских публичных мест предполагает, в частности, возможности поддержания особых идентичностей и стилей жизни, отличных от доминантной культуры, а также наличие низких входных барьеров для различных людей и групп, в том числе для «аутсайдеров-новаторов» (инокультурных мигрантов, представителей нетрадиционной сексуальной ориентации и пр.) [4, с. 188].

В этом контексте, *публичное пространство города* можно определить как место пересечения и коммуникации различных социальных групп, которые, сталкиваясь между собой, расширяют свои системы типизаций и релевантностей, что, в свою очередь, служит конструктом городской идеологии, провозглашающей культурный релятивизм и толерантность к альтернативным мнениям и стилям жизни.

Таким образом, мультикультурализм публичного городского пространства может спровоцировать различные реакции социальных субъектов. Мы хотим заострить внимание на такой проблеме восприятия «другого» как *ксенофобия*, которая будет рассматриваться нами как страх и ненависть ко всему чуждому для образа жизни данного общества [8].

Последние социологические исследования, проведенные Институтом социологии РАН, зафиксировали, что «79% россиян указывают на рост в последние годы в людях агрессивности, более 70% обращают внимание на недоброжелательность, рост неискренности между людьми, эрозию альтруистической мотивации, 67% – на исчезновение такого психологически важного для россиян и русской культуры качества, как душевность, 68% – на рост цинизма» [9, с. 25]. Более того «72% граждан испытывали желание перестрелять всех, из-за которых жизнь в стране стала такой, какова она сейчас» [6, с. 17]. «Ксенофобные настроения распространены во всех слоях российского общества. Лозунг «Россия для русских!», по опросам социологов, поддерживается большинством респондентов. Такие настроения устойчивы в российском обществе, по крайней мере, с начала 2000-х годов. И если в 1998 году этот слоган в той или иной мере поддерживали 43% респондентов, а в 2000 году – 49%, то в последующие годы его поддержка не опускалась ниже 53% (Общественное мнение – 2010. М.: Левада-Центр, 2011.) » [10, с. 199]. «Таким образом, латентная ксенофобия становится неизбежным и постоянным спутником общественных систем, находящихся в процессе трансформации» [11, с. 380].

Специфической чертой восприятия «чужого» в публичном городском пространстве является *«толерантная» ксенофобия*. Под «толерантной» ксенофобией мы подразумеваем внутреннее негативное отношение к социальным общностям или отдельным людям, воспринимае-

мым в качестве «чужих», но при этом, не влекущее за собой внешнего враждебного проявления.

Почему толерантная ксенофобия становится, своего рода, *фреймом* повседневных практик социальных акторов в городском пространстве? Генезис данного вида восприятия «иногo», а конкретно, синтеза феномена толерантности и, казалось бы, диаметрально противоположного явления – ксенофобии, обусловлен характеристиками публичного пространства, в числе которых отдельно можно выделить *безопасность* и *социальный контроль*. Известный американский теоретик городского планирования Джейн Джекобс убежден, что «общественное спокойствие больших городов лишь во вторую очередь поддерживается полицией, сколь бы необходима она не была. Прежде всего оно поддерживается сложной, почти не воспринимаемой сознательно сетью контроля и слежения, сотканной самим населением» [12, с. 45].

Иначе говоря, наличие сотрудников правоохранительных органов и большой численности людей создают атмосферу безопасности и, вместе с ней, контроля, которые структурируют и упорядочивают поведение индивида в соответствии с *интернализированной «настройкой»* – совокупностью идеологических отношений, взглядов и ценностей определенного общества или государства, усвоенной личностью. В этом контексте, конъюнктура поведения по отношению к представителям «других» сообществ, сводится к соблюдению общепринятых моральных императивов, вследствие чего, агрессивные побуждения нивелируются в сторону отстраненно-нейтральных.

Мы привыкли воспринимать повседневную реальность как данность, как *«само собой разумеющуюся»*. Ежедневно, встречая сотни людей, мы не обращаем на них никакого внимания – они для нас типы, лишённые всяких индивидуальных характеристик. Нас не интересуют их профессии, верования, привычки, желания, до тех пор, пока их образ не выйдет за рамки привычных представлений. Когда то, что мы всегда считали *«само собой разумеющимся»*, не подлежащим сомнению, разрушает весь наш *«наличный опыт» (knowledge at hand)*, зачастую, у нас возникает чувство дискомфорта, отторжения или, другими словами, – интолерантное отношение к данному объекту.

«Перечень характеристик, обнаруживающих, что каждый из нас – ДРУГОЙ, – можно перечислять бесконечно. Этот перечень превьсит любое число аспектов новизны, представленных в существующих научных исследованиях» [13, с. 73]. Из всего многообразия признаков инаковости нами будет рассмотрена *этничность* как совокупность отличительных характеристик индивидов, имеющих общее этническое происхождение и объединённых общим культурным наследием.

«С ксенофобией сталкиваются представители всех «видимых меньшинств». Однако в первую очередь ксенофобия проецируется на представителей мигрантских, нетрадиционных для данной местности меньшинств» [7, с. 199 – 200].

Попробуем описать ситуацию столкновения в публичном городском пространстве представителей различных этничностей, каждый из которых воспринимает другого субъекта как «чужого». Данная ситуация взаимодействия может служить типичным примером «толерантной» ксенофобии – столкновения нескольких диаметрально противоположных «субъективных миров».

Зададим некоторые параметры взаимодействия:

Актеры А – представители радикального национал-социалистического движения с наличием внешних атрибутов;

актеры Б – этнические меньшинства;

Ценностно-нормативная среда взаимодействия: публичный парк, на территории которого проводится этнический фестиваль;

Ситуация: неосведомленные о проводимом мероприятии актеры А, планируя «спокойно» прогуляться по парку, оказываются в центре этнического плюрализма.

Оказавшись в чуждой актерам А социокультурной обстановке, они не могут интерпретировать социальную реальность как раньше. Большую часть жизни актеров А типизации никогда не подводили, их опыт всегда подтверждал ожидания типических соответствий. В результате относительно естественное восприятие социального мира актерами А формирует обычаи (folkways) мы-группы, принятые как хорошие и правильные способы обращения с вещами и людьми. Они считаются само собой разумеющимися, потому что выдержали испытание временем и, будучи социально одобренными, не требуют ни объяснения, ни обоснования [14, с. 265]. Их (актеров В) система типизаций стандартизирована, а система релевантностей институционализирована.

Аналогично обстоят дела с субъектами Б, у которых также сформировалась собственная система типизаций и релевантностей. Но эти системы принципиально гетерогенны с системами субъектов А.

Таким образом, аутсайдерами по отношению к «они» группе становятся актеры А. Теперь они в меньшинстве. Они здесь «чужие».

Открытие, что вещи в его новом окружении сильно отличаются от того, какими они ожидали их увидеть, будучи «дома», часто является первым шоком, которому подвергается вера чужого в значимость привычного «обычного мышления». Значимости лишается не только принесенная чужим картина культурного образца группы, но и вся до сих пор несомненная схема интерпретации, действующая внутри родной

группы. Она не может использоваться для ориентации внутри нового социального окружения [15, с. 199].

Актеры А имеют две перспективы: либо удалиться с территории парка, либо остаться здесь и попытаться интегрироваться в данную социокультурную обстановку. Для нас более интересным представляется второй исход, так как с помощью него мы сможем рассмотреть взаимодействие «своих» и «чужих» в публичном городском пространстве.

Допустим, что актеры А выбрали второй путь и решили остаться в парке. Для представителей «других» этничностей они воспринимаются как чуждые типы, элементы системы релевантностей которых гетерогенны системам релевантностей субъектов Б. Система релевантностей актеров Б содержит стереотип системы релевантностей, которая не только приписывается типизируемой группе (актерам А), но действительно навязывается ей. Навязывание социальных категорий имеет двойной эффект: оно создает «группу» и снабжает ее фиктивной системой релевантностей, которой может управлять, по своему усмотрению, создатель типа [14, с. 297].

Таким образом, для того, чтобы быть принятым, актеры А должны «перевести» культурный образец этнических меньшинств в термины культурного образца своей родной группы, при условии, что в последней вообще существуют интерпретативные эквиваленты. Если они существуют, то переведенные термины можно понять и запомнить; их можно узнать при повторе; они под рукой, но ими нельзя воспользоваться. Однако даже и тогда очевидно, что актеры А не должны полагать, что их интерпретация нового культурного образца совпадает с интерпретацией членов самой группы. Напротив, они должны считаться с фундаментальными расхождениями в видении вещей и управлении ситуациями. Только получив таким образом знание об интерпретативной функции нового культурного образца, чужой может начать осваивать ее как схему собственного выражения [15, с. 200].

Чуждость и близость не ограничены социальным полем; они являются общими категориями нашей интерпретации мира. Если в нашем опыте мы сталкиваемся с чем-то прежде неизвестным, находящимся вне обычной системы нашего знания, мы начинаем процесс исследования. Мы, в первую очередь, определяем новый факт; мы пытаемся понять его смысл; потом мы шаг за шагом преобразовываем нашу общую схему интерпретации таким образом, что неизвестный факт и его смысл становятся совместимыми и согласующимися со всеми другими фактами нашего опыта и их смыслами. Если наша попытка будет успешной, тогда то, что прежде было для нас неизвестным фактом и ставящей в тупик проблемой, преобразовывается в дополнительный элемент нашего надежного знания. Мы расширили и скорректировали наш опыт.

Более того, статус субъектов взаимодействия также играют важную роль в восприятии «другого». Немецкий социолог Теодор Адорно отмечает, что «социально угнетенные чаще склонны переносить давление на других, чем связывать себя со страдающими соплеменниками» [16, с. 18]. В результате проведенного ученым исследования было установлено, что «в различных группах «чужих» не было и следа солидарности; более того, правилом становилось – «сваливать груз» на других, бросить тень на другие группы для того, чтобы представить свой социальный статус в более привлекательном свете» [16, с. 16].

Так называемый процесс социального приспособления, которому подвергается новичок, является частным случаем этого общего принципа. Приспособление новичка к группе, которая вначале казалась ему чужой и незнакомой, представляет собой длительное исследование культурного образца группы, с которой он сближается. Если этот процесс оказывается успешным, то данный образец и его элементы становятся для новичка само собой разумеющимися, бесспорно принимаемым образом жизни, убежищем и защитой. Но тогда чужой более не является чужим, и его специфические проблемы решены [15, с. 206].

Наряду с этим, рассматриваемая нами ситуация столкновения «своих» и «чужих» может быть проинтерпретирована в рамках этнометодологии как кризисный эксперимент, в процессе которого происходит разрушение фоновых ожиданий.

Разрушение фоновых ожиданий началось сразу, как только акторы А увидели происходящее на территории парка событие. Ожидая увидеть в парке «себе подобных», акторы А сталкиваются с этническими меньшинствами.

Степень неприятности данной ситуации для обеих сторон непосредственно зависит от того, в какой мере индивид как предмет моральной необходимости подчиняется использованию отличительных признаков обстановки в качестве схемы для приписывания наблюдаемым проявлениям их статуса как событий обстановки, которая воспринимается нормальной. Короче говоря, реалистичное понимание членом коллектива естественных фактов жизни и его приверженности их знанию как условию уважения к себе как к добросовестному и компетентному члену коллектива есть условие, которое необходимо для того, чтобы его замешательство в случае, когда основы его понимания становятся источником непреодолимой абсурдности, было максимальным [17, с. 69].

Чем прочнее понимание членом общества того, что каждый, похожий на нас, тем сильнее он будет обескуражен, когда «естественные факты жизни» оспариваются для него как описание реальных обстоятельств [17, с. 64-65]. Поэтому люди подтверждают друг другу, что мир повседневности является несомненным.

Таким образом, фоновыми ожиданиями акторов А и Б будут установки, что социальные субъекты должны выглядеть и вести себя каким-то определенным образом. Если же эти фоновые ожидания разрушаются или не совпадают, то возникает конфликт между двумя сторонами взаимодействия.

Находясь в данной ситуации акторы А и Б пытаются интерпретировать социальную реальность при помощи документального метода, который можно рассматривать как «рефлексивный» в том смысле, что конкретный случай рассматривается как рефлексия (отражение) соответствующего образца и наоборот.

Обе стороны взаимодействия соотносят аспекты ситуации с предполагаемыми образцами и подтверждают существование этих образцов обращением к частным случаям их проявления. Таким образом, акторы создают отчет о социальном мире, который не только придает смысл и объясняет, но в действительности и создает этот мир.

Такая позиция есть ничто иное как «черно-белое мышление», «которое имеет свойство «делить все на две части». Для такого индивида «характерно мышление в застывшем контакте между своей и чужой группами»^[16, с. 18].

Реакция акторов Б будет негативной лишь в том случае, если образец, с которым происходит сравнение, будет иметь отрицательный характер. Такой характер мог быть выработан у акторов Б в следствии прошлого опыта, в процессе которого социальная группа, представителями которой являются акторы А, способствовала возникновению межгруппового конфликта с группой, к которой причисляют себя субъекты Б. В процессе документального метода интерпретации этнические меньшинства сравнивают тот образец, сложившийся из-за негативного опыта, с реальной ситуацией «здесь-и-сейчас». В следствии этого, происходит дискриминация акторов А субъектами Б и наоборот, при обратной ситуации.

Но из-за чего мог произойти изначальный конфликт между этими группами? В чем его причина?

Главной причиной такого межгруппового конфликта являются разные фоновые ожидания акторов. То, что типично для одних, является противоположностью тому, что называют типичным другие. Из-за несовпадения этих систем типичности и возникает непонимание и замешательство. И если это различие слишком большое – вероятность возникновения межличностных и межгрупповых конфликтов будет достаточно высокой.

Таким образом, решение проблемы межгрупповых конфликтов имеет субъективный характер. Для того чтобы социальные группы находились в согласии между собой, необходимо расширение системы

типизаций и фоновых ожиданий входящих в них субъектов. «Хорошими представителями в группе «чужих» были те, кого субъект знает лично, а к «плохим», напротив, относились такие, по отношению к которым он в социальном плане более дистанцирован» [16, с. 38].

Что касается решения проблемы взаимодействия «мы» и «они» на макроуровне, то, по А. Шютцу социальной реальности, в материалистическом смысле, нет. Она существует лишь в сознании индивидов. Более того, они же ее и конструируют своей повседневной жизнью. Поэтому, для того, чтобы устранить конфликты между группами, общностями и обществами, прежде всего, необходимо изменить отношение самого индивида, входящего в ту или иную группу, к той, к которой он проявляет нетерпимость. «Заключить, что феноменологическая социология ограничивается изучением микросоциологических событий, – утверждает Дж. Фэас, – значит, игнорировать ее важность для понимания более широких *социетальных* событий. Когда социальная наука осознает, что объективная реальность общества, сообществ и форм организации субъективно воспринимается в опыте индивидом, и что этот субъективный опыт имеет самое непосредственное отношение к последующей экстернализации и объективации процедур, в которые человек вовлечен в процессе своего мышления и действия в социальном мире, тогда социальная наука станет более информированной и реалистичной» [цит. по: 12, с. 153].

В этом контексте, одним из способов борьбы с интолерантностью к «чужим» является увеличение публичных мест в городском пространстве. Развитие публичных пространств и мест является одним из неотъемлемых условий формирования идеологии города, которая бы учитывала его культурную гетерогенность, открытость чужакам, толерантность к различиям и гарантированные для всех возможности социальной, политической и экономической жизни [цит. по: 4, с. 188].

Таким образом, публичные городские пространства являются территориями, потенциально меняющими социальные установки субъектов с этноцентрично-интолерантных на релятивистско-нейтральные благодаря социальной гетерогенности данного социального поля, «вынуждающей» индивидов встречаться с «множествами реальностями» интерсубъективных миров. При этом, столкновения с «другими мирами» будут рассматриваться индивидом не в «черно-белых» тонах, а ярким цветным зрением со множеством разных оттенков, служащих индикаторами равноценной социальной разнородности.

Литература

1. Зиммель Г. Социальная дифференциация. Социологические и психологические исследования // Избранное. Т. 2. Созерцание жизни. М., 1996.
2. Бауман З. Мыслить социологически. М., 1996.
3. Смирнова Н.М. Социальная феноменология в изучении современного общества / Н.М. Смирнова. М.: «Канон+» РООИ «Реабилитация», 2009.
4. Керимов Т.Х. Социальная гетерология и проблема толерантности // «Другой» в пространстве коммуникации: Сб. науч. Статей. Казань: Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина, 2007. С. 92-101.
5. Амин Э., Трифт Н. Внятность повседневного города // Логос. 2002. № 3-4. С. 209-233.
6. Сеннет Р. Падение публичного человека. М.: «Логос», 2002. 424 с.
7. Хохлова А.М. Городские публичные места как площадки культурного производства и потребления // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14. № 5. С. 182-191.
8. Волков Ю. Словарь специальных терминов // Социология: Учебник для вузов. М.: Гардарики, 1998.
9. Горшков М.К. Социокультурные факторы консолидации российского общества. М.: Институт социологии РАН, 2013. Электронная версия: URL: http://www.isras.ru/inab_2013_01.html.
10. Мухомель В. Роль государства... в продуцировании дискриминаций // Расизм, ксенофобия, дискриминация. Какими мы их увидели: сб. статей. М.: Новое литературное обозрение, 2013. С. 195-211.
11. Голик Н.В. Этноконфликт: «жалю чужого» // Диалог культур в условиях глобализации: XII Международные Лихачевские научные чтения, 17–18 мая 2012 г. Т. 1: Доклады. С. 380-381.
12. Джекобс Джейн. Смерть и жизнь больших американских городов. М.: Новое издательство, 2011.
13. Хусаинова Н.Ю. «Другой» как инаковость человека // «Другой» в пространстве коммуникации: Сб. науч. Статей. Казань: Казанский государственный университет им. В.И. Ульянова-Ленина, 2007. С. 65-74.
14. Шютц А. Равенство и смысловая структура повседневного мира / А. Шютц // Смысловая структура повседневного мира. Очерки по феноменологической социологии. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003. С. 260-311.
15. Шютц А. Чужой / А. Шютц // Смысловая структура повседневного мира. Очерки по феноменологической социологии. М.: Институт Фонда «Общественное мнение», 2003. С. 191-207.
16. Адорно Т.В. Исследование авторитарной личности / Теодор В. Адорно. М.: Астрель, 2012.
17. Гарфинкель Г. Изучение рутинных основ повседневных действий / Г. Гарфинкель // Исследования по этнометодологии. СПб.: Питер, 2007. С. 48-87.

БРЕНДИНГ ГОРОДА В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛИЗАЦИИ

Аннотация: Все больше городов занимаются брендингом своих территорий, что обуславливает инвестиционную и туристическую привлекательность местности. В условиях глобализации брендинг города – это особый процесс глокализации. В статье можно найти ответы на вопросы: как соотносятся понятия глобализации, локализации и брендинга города и какие инструменты можно использовать для эффективного брендинга города.

Ключевые слова: глобализация, глокализация, брендинг города, идентичность, городское пространство, капитал бренда

Abstract: More and more cities are engaged in branding their territory which cause investment in the city and develop tourist attraction areas. City branding is a special process of localization, caused by globalization. How does this process works and what tools are used for city branding – all these questions will be covered in this article.

Key words: globalization, glocalization, city branding, identity, urban space, brand equity

*В наше время три вещи нужны городу,
если он хочет быть процветающим
мировым брендом: стратегия,
менеджмент и символические события.*

С. Анхольт

Изучение влияния глобализации на создание бренда города в настоящее время представляет собой бурно развивающуюся исследовательскую индустрию. Именно анализу сложного взаимодействия локальных городских тенденций и глобализации и посвящена эта работа. Каждый «гуру» из мира бизнеса говорит о глобализации. Ни одно выступление политика не обходится без ссылок на нее. Термин «глобализация» появился из ниоткуда, но присутствует почти везде [4, с. 7].

Распространена точка зрения, что глобализация связана с разрушением культурных идентичностей под воздействием потребительской культуры Запада. Многие считают, что глобальный капитализм навязывает свою культурную продукцию всему миру, стандартизируя и унифицируя общество. Многие согласятся с этим утверждением. Действительно ли это так? Возможно ли прожить один и тот же день в Париже и

Лондоне, посмотрев одни и те же фильмы, прочитав одинаковые газеты, журналы и книги и съев одинаковые бутерброды на завтрак? Ведь все традиции будут опосредованы людьми, исходя из культурного багажа, присущего разным культурам.

Существует множество трактовок термина «глобализация» и истории его возникновения. Одни авторы рассматривают появление глобализации в период расцвета Римской империи, другие видят корни её происхождения в эпоху господства Античности. На мой взгляд, наиболее объективное мнение связано с появлением глобализации на рубеже 19 – 20 веков – в период расцвета международной торговли, развития индустрий и формирования финансового рынка. Э. Гидденс считал, что глобализация идёт рука об руку с модернизацией и является её продуктом, поэтому социолог выделял 18 век, как время начала глобализационных процессов.

В книге «Социология» польский социолог П. Штомпка рассматривает некоторые «теории, предвосхищающие современное видение глобализации» [8, с. 607]. Он рассматривает теорию империализма, где перепроизводство и снижение прибыли вынуждают людей применять оборонительные стратегии, происходит захват и подчинение слабых стран сильным. Некоторые ученые отмечают отсутствие собственных технологий и слабость производственного сектора, как основную проблему зависимых стран. Инвестирование за границу и использование зарубежных потребительских рынков так же является предвестником глобализации.

По мнению П. Бергера и С. Хантингтона самыми «главными «глобализаторами» являются американцы» [1, с. 13]. Это связано с усилившимся во второй половине 20 века влиянием США в мире.

Однако я хочу отметить, что глобализация – сложный и глубокий процесс. Это не просто культурная колонизация Западом или США остального мира. Это интенсивный, хотя и не всегда эквивалентный культурный обмен между человеческими обществами. Существуют различные культурные центры. Например, в наше время города Америки специализируются в области технологии, науки и визуальной культуры (фильмы, телевидение, интернет), французские города – в области изысканной кухни и элитарной моды, немецкие – в области культуры труда, итальянские города – в области культуры повседневного быта и популярной кухни (пицца, спагетти и капучино).

Гомогенизация, по мнению П. Штомпки, охватывает прежде всего ядро культуры – язык. Всемирным средством общения становится английский язык, международная карьера которого началась в среде авиаторов – «пилотов и диспетчеров воздушных линий, а затем перекину-

лась в сферы туризма, науки, техники, компьютерного программирования и бизнеса» [8, с. 605].

В работе «Тирания момента» Томас Эриксен пишет об ускорении времени, как одном из основополагающих элементов глобализации. «Дробное, мчащееся всё быстрее время влияет на ритм жизни всё большего числа людей» [9, с. 177]. Появление книгопечатания, а затем часов и денег, телефона и телевидения стандартизировали жизни людей разных городов и стран. Глобализация, которую мы переживаем на рубеже XX и XXI веков, приводит к тому, что пространство сжимается или стирается вовсе. Радикально меняется образ мыслей и стиль общения горожан, время уплотняется, лишается пауз, а главным дефицитом становится контроль над собственным временем. «Всё, что нужно сделать быстро грозит вытеснить то, что нужно сделать медленно» [12, с. 58].

Культурные образцы переносятся из одного города в другой и перенимаются главным образом при помощи средств массовой информации, а также массовых личных контактов, развитию которых способствует популярность туризма и легкость передвижения; а так же путем массового приобретения товаров технического и потребительского назначения. Сегодняшний космополитизм сочетает опыты разнообразных средств массовой информации с разнообразием форм опыта – кино, видео, ресторанов, зрелищного спорта и туризма – «все имеют разную национальную и транснациональную генеалогию» [10, с. 64].

Существует мнение, что до эры глобализации существовали прочные связи между географическим местом и культурным опытом, идентичность была коллективным достоянием локальных сообществ. На сегодняшний день, глобализация способствовала размыванию сакральных ценностей, лежащих в основе этнокультурных идентичностей, создав гомогенный прагматизированный и рационализированный контекст, лишенный сакрального измерения, что носит негативный характер.

Я согласна с утверждением, что в наше время глобализация фактически стерла культурные границы между государствами, но, тем не менее, не стандартизировала жизнь людей в разных регионах мира, так как четко прослеживаются культурные различия.

Некоторые исследователи, в их числе М. Кастельс, считают, «что идентичность не является жертвой глобализации, а напротив – это её продукт» [11, с. 12]. То есть глобализация спровоцировала актуализацию протестных движений в защиту этнокультурной идентичности, на фоне глобальных процессов идентичности начали, наоборот, больше проявляться и репрезентировать себя, дабы сопротивляться всеобщему этническому уравнению.

Благодаря глобализации происходит структурное усложнение и содержательное обогащение идентичностей, в том числе и идентичности

городов в разных странах, их гибридизация, в результате чего идентичность становится многослойной, «соединяя в единой структуре этнокультурный и глобальный уровни» [5]. Таким образом, глобализация фактически размножает идентичности, а не уничтожает их.

Современные исследователи феномена глобализации говорят о сложном процессе переплетения глобальных тенденций общественного развития и локальных, местных особенностей культурного развития, определяя это явление как явление глокализации. Термин «глокализация» использовался в трудах Роланда Робертсона и вошел в научный оборот в конце 20 века, путем совмещения двух слов «глобализация» и «локализация». Таким образом, глобальная культура принимается, но с существенными местными видоизменениями. Эта модель описывает смешение культур и народов как порождение культурных гибридов и новых глобальных культурных сетей.

П. Штомпка пишет, что «возрастают социальные движения, ассоциации, выдвигаются инициативы, разрабатываются даже политические программы и законопроекты в защиту фольклора, собственных местных традиций, языков или диалектов» [8, с. 613].

Я считаю, что в любом городе происходит процесс глокализации в ответ на глобальные тенденции и выражается в брендинге города. Процесс глокализации заключается в следующем: по мере расширения контактов с внешним миром и западной культурой акцент все более смещается на «локальную» составляющую, чем на «глобальную». Западноевропейские культурные символы на территории определенной страны, региона или местности не являются унифицирующим началом, они не просто ассимилируются, а претерпевают значительную трансформацию таким образом, чтобы войти в контекст местных культур, стать значимыми и узнаваемыми многонациональной, этнически разнообразной аудиторией.

Примером подобного взаимодействия глобального и локального служит брендинг города. Глобализация усилила необходимость продажи отличий городов друг от друга. Во все времена каждый город стремился показать свою уникальность с помощью различных приемов и сейчас эта тенденция не исчезла, а только усилилась. Существует множество инструментов для брендинга города – рассмотрим некоторые из них:

1. Проведение мегасобытий.

Среди мегасобытий, наиболее влияющих на создание городского бренда можно отметить: городские праздники, фестивали, выставки, деловые, экзотические и спортивные события. Сегодня многие понимают, что событие в городе – один из видов инвестиционного проекта и одно из направлений городской инвестиционной политики.

Деловыми мегасобытиями, проводимыми в Санкт-Петербурге в 2013 году можно назвать Петербургский Международный Экономический Форум, саммит «Большой двадцатки» и многие другие. События могут носить не только деловой, но также символический или экзотический характер, что привлекает поток туристов в города. Примерами экзотических мегасобытий могут послужить праздники, проводящиеся в английских городах: английский праздник Cheese Rolling (Сырная гонка), Red Nose Day (День красного носа), Worm Charming (Выкапывание червей) и Pancake Racing (гонка с блинами). Эти мегасобытия поражают в первую очередь количеством зрителей со всего мира. Примерами также могут послужить пивной фестиваль Октоберфест в Мюнхене и карнавал в Рио-де-Жанейро. Таким образом, мегасобытия локализуются в контексте городов, где они проводятся и одновременно способствуют глобализационным процессам.

2. Промышленный туризм.

Промышленный туризм – это организация регулярных туристических туров на действующие (или некогда действовавшие) промышленные предприятия. Превращение производственной площадки в объект туристической привлекательности. Например, в Англии шоколадную фабрику Кэдберри в Борнвилле, близ Бирмингема, посещают 400 тыс. человек. В Германии промышленный турист носит постиндустриальный характер: заброшенные угольные и соляные шахты в Руре, судостроительные заводы времен Второй мировой войны, завод BMW в баварском Вольфсбурге. [3, с. 123]

3. Эффект Бильбао.

Успех в формировании городского бренда достигли города, которые сделали ставку в брендировании на строительство одного инфраструктурного мегапроекта, вокруг которого затем выстраивалась идентичность города. Такой инфраструктурный проект можно назвать эффектом Бильбао. Если раньше город Бильбао воспринимался как «рассадник европейского терроризма» [3, с. 126], то на сегодняшний день город воспринимается целевыми аудиториями как современный, культурный, энергичный, креативный в результате строительства необычного музея современного искусства Гуггенхайма в столице баскской автономии, испанском городе Бильбао. Впоследствии данную стратегию использовал Париж. Реорганизовав вокруг себя городское пространство и став своеобразным символом современной жизни французской столицы, стеклянная Пирамида во дворе Лувра и Центр Помпиду стали центрами современного искусства.

4. Киноиндустрия.

Другим инструментом формирования бренда можно назвать стратегию «город кино и город в кино». С одной стороны, можно просто показывать город в кинофильмах с выгодных позиций (город в кино), с другой стороны – можно сделать кино градообразующей отраслью (город кино).

Впечатляющим примером целенаправленного брендинга города можно назвать фильм «Париж, я тебя люблю» (2006). Это киноальманах, состоящий из 18 пятиминутных историй о разных проявлениях любви, каждая из которых происходит в определенном округе Парижа. Идея серии микроисторий, снятых в большом городе, была с большим энтузиазмом воспринята в мире кино и получила продолжение. В 2009 году вышел фильм «Нью-Йорк, я люблю тебя» (New York, I Love You), а в 2010 году – «Москва, я люблю тебя», снятый по такому же принципу. Известно также, что в ближайшие пять лет фильмы из этой серии будут сняты в Иерусалиме, Шанхае и Рио-де-Жанейро [3, с. 130].

Наряду с городами, которые пробуют «попасть в кино», в мире быстро расширяется клуб городов, которые сделали показ кино одним из способов позиционирования и одной из отраслей городской экономики. Лос-Анджелес Берлин, Канн, Венеция и даже Москва – это города, развивающие событийную экономику, главным событием в которой выступают кинофестивали.

Конечно, нельзя ограничиться вышеперечисленными инструментами формирования стратегий брендинга города. Есть и инструменты, связанные с интернет-технологиями, социальными медиа, характерным производством продуктов на данной территории, известными, знатными горожанами, проживавшими в городе и многие другие.

Городские власти издавна пытались придать городам исключительность. Однако только в последние двадцать лет продвижение имиджа города на международном рынке стало целенаправленной стратегией правительств. Одни пытаются позиционировать себя как лидеры IT-индустрии. Другие – как привлекательные для туристов.

Сдвиг к брендингу городов произошел в конце 1990-х годов в силу успеха и широкого применения стратегий брендинга, а также появления понятия корпоративного брендинга. Наделение продукта особой идентичностью, лежащее в основе брендинга, – деятельность, которой издавна отдавали дань городские власти. Город должен получить уникальную идентичность, чтобы, во-первых, люди знали о его существовании, во-вторых, чтобы он воспринимался жителями и посетителями как обладающий такими качествами, каких больше ни у кого нет, и, в-третьих, чтобы преобладающие варианты его «потребления» отвечали целям властей и населения. В более же общем виде у города тогда есть шанс стать брендом, когда, во-первых, хорошо понятны и известны его

«продаваемые» отличия и, во-вторых, разработана совокупность маркетинговых мер, которые эти отличия используют [7, с. 401].

Все больше городов целенаправленно занимаются маркетингом своих территорий, формированием своего территориального бренда, которые обуславливают инвестиционную и туристическую привлекательность местности. Таким образом, особенно в условиях глобализации, постоянного роста конкуренции, уравнивания условий хозяйствования на различных территориях, маркетинг территории, ее имидж и бренд выходят на первый план при сравнении примерно равных по условиям хозяйствования и проживания географических зон.

Существует шесть основных измерений ценностей бренда территории:

- функциональное измерение (набор условий, обеспечивающих качество и стоимость жизни);
- эмоциональное (совокупность эмоций, вызываемых брендом территории);
- социально-культурное (территориальная субкультура, образованность населения, а также его толерантность);
- духовно-историческое (восприятие историко-культурного и религиозного наследия территории);
- инновационное (развитость науки и образования, наличие передовых предприятий);
- измерение глобальной ответственности территориальных властей (отношение к экологической, военной безопасности).

Брендинг города – это процесс осознанного и целенаправленного формирования бренда города, то есть поиска, выражения и развития городской идентичности, а также представления ее в ярких, взаимосвязанных образах, привлекательных для целевых аудиторий [2, с. 12]. Бренд города невозможно построить как дом. Его можно только вырастить – как дерево. Он может возникнуть в том случае, если городское сообщество (власть, деловая или культурная элита, активисты ответственности или все вместе) проводит работу по поиску и системному использованию своих конкурентных преимуществ – чтобы соответствовать спросу на них со стороны собственных жителей, а также гостей города, инвесторов и других целевых групп.

Основной элемент концепции бренда – это идея, или тема города. Самый распространенный среди городов вид артикуляции идеи – имя или название бренда, генеральный лозунг, девиз (слоган), который основывается стратегической риторикой.

Наиболее известные зарубежные примеры:

- Эдинбург – Inspiring Capital (Вдохновляющая столица);
- Амстердам – I Amsterdam! (Я Амстердам);

- Гонконг – Asia’s World City (Мировой город в Азии);
- Нью-Йорк – Big Apple (Большое яблоко);
- Берлин – Be Berlin! (Будь Берлином!);
- Рим – Eternal City (Вечный город);
- Дубай – Sand to Silicon (Силикон из песка);
- Париж – Paris, je t’aime! (Париж, я люблю тебя!);
- Копенгаген – Wonderful Copenhagen (Чудесный Копенгаген);
- Хей-он-Уай – World’s Book Capital (Книжная столица мира).

Наиболее известные российские примеры:

- Новгород Великий – Родина России;
- Казань – Третья столица России;
- Ростов-на-Дону – Столица Юга России;
- Екатеринбург – Столица Урала;
- Мышкин – Город Мыши;
- Великий Устюг – Родина Деда Мороза;
- Уссурийск – Сердце Приморья;
- Лермонтов – КМВ-Сити.

Чем больше город, тем труднее сформулировать идею его бренда. Поскольку чем больше город, тем больше у него разнообразных и мощных имиджевых, тематических ресурсов, граней идентичности, каждая из которых может претендовать на отображение в идее бренда. И за каждой стоят свои лоббисты внутри города. Москва, Лондон, Париж, Нью-Йорк, Рим – этим городам сложно найти идею, которая могла бы объединить все стратегические темы города. Концепции брендов Лондона, Мадрида, Барселоны за последние 10 лет кардинально менялись по несколько раз. Ниже показано, как менялись концепции бренда Парижа, выдвигавшиеся различными деловыми кругами и городскими политическими лидерами.

1996 – Самый романтический город мира. Романтика вдохновения.

2001 – Столица современного искусства.

2003 – Место встречи времен. Город вне времени.

2003 – Законодатель стилей.

2006 – Париж, я люблю тебя!

Из приведенных данных видно, что в 2003 году в городе предпринимались попытки параллельно реализовать две альтернативные концепции бренда.

Важный элемент концепции бренда – это ценности бренда, то есть уникальные конкурентные преимущества города, та его практическая польза для «пользователей», о которой сообщает им идея бренда города, а также проекты воплощения идеи города в расчете на разные целевые аудитории.

С ценностью бренда тесно связан капитал бренда – это набор положительных ассоциаций, связанных с городом. Капиталом может служить что или кто угодно, начиная от знаковых объектов городской среды и знаменитых горожан и заканчивая животными или растениями, цветовыми гаммами, запахами, звуками, настроением. Разумеется, в брендинге необходимо стремиться к тому, чтобы набор ассоциаций с городом соответствовал идеям и задачам концепции бренда города, общая целевым аудиториям о ценностях бренда.

Таким образом, глобальные тенденции диктуют стратегии развития городов. Города, в свою очередь, учитывая глобальные тенденции, формируют локальный брендинг территории города. Так действует процесс глобализации в формировании бренда города. Стоит всегда помнить, что городское пространство – это уникальный ресурс брендинга, которым обладает место в отличие от брендируемых товаров, услуг и фирм. Городское пространство в брендинге города – лучшая творческая площадка для «визуализации» идентичности места.

Литература

1. Бергер П., Хантингтон С., ред. Многоликая глобализация. Культурное разнообразие в современном мире. М.: Аспект Пресс, 2004.
2. Бетехтина А.В. Брендинг монопрофильных и «закрытых» городов: особенности и возможности. Брендинг малых и средних городов России. Екатеринбург, 2012.
3. Визгалов Д.В. Брендинг города. М.: Институт экономики города, 2011.
4. Гидденс Э. Ускользящий мир: как глобализация меняет нашу жизнь. Пер. с англ. М., Весь Мир, 2004.
5. Понарина Н.И. Глобализация: проблема влияния на культурную идентичность. [Режим доступа: <http://dom-hors.ru/issue/pep/2011-3/ponarina.pdf> 17.11.2013].
6. Петров А. «Глобализация» экономики: социальные и политические аспекты. СПб.: Изд-во С.-Петербур. ун-та, 2009.
7. Трубина Е.Г. Город в теории: опыты осмысления пространства. М.: Новое литературное обозрение, 2011.
8. Штомпка П. Социология. Анализ современного общества. М.: Логос, 2005.
9. Эриксен Т. Тирания момента. Время в эпоху информации. М., 2003.
10. Appadurai A. Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization. Minneapolis: University of Minnesota Press, 1996.
11. Castells M. The Power of Identity, vol. II of The Information Age: Economy, Society and Culture. Oxford, 1997.
12. Eriksen T. Globalization: The Key Concepts. Thomas Hylland Eriksen. NY.: Berg Publishers, 2007.

ИМИДЖ ГОРОДА: ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА

Аннотация: в статье исследуется социологический аспект понятия имиджа города и формулируется структура имиджа города.

Ключевые слова: имидж, имидж города.

Abstract: the paper deals with a sociological aspect of conception of image of the city. The structure of image of the city is stated.

Keywords: image, image of the city.

В современном урбанизированном мире роль городов в жизни человечества трудно переоценить, все основные события жизни общества, так или иначе, происходят именно в городах. Причем города становятся не просто местом жительства и деятельности большей части людей, а становятся полноправными участниками событий, как на уровне страны, так и всего мира. Многие исследователи предлагают рассматривать город как геотовар, который обладает определенной ценностью для его «потребителей», различных субъектов социальных взаимодействий. Вследствие этого встает проблема формирования положительного имиджа города в представлении различных социальных групп. Проблема имиджа города в современных условиях конкурентной борьбы между городами и регионами за инвестиции, девелоперов и рабочие ресурсы становится особенно актуальной, так как особенно при активном развитии символической экономики положительный имидж может выступать настоящим ресурсом города, который можно использовать как в экономической, так и социальной сферах. Имидж во многом является фактором воздействия на поведение людей, а соответственно и изменения социальной реальности. Положительный имидж города необходим не только для привлечения инвестиций, туристов, влекущих за собой экономическое развитие, а также для улучшения самочувствия жителей города, ведь от того, как они воспринимают город, в котором живут, во многом зависит оценка ими и качества жизни. Но для эффективного использования потенциала имиджа города для начала необходимо определить данный феномен и выявить его структуру.

Понятие «имидж» появилось в русском языке не так давно и в научных кругах стало использоваться лишь с середины 90-х годов XX века в политологической сфере и деятельности политтехнологов, а соответственно связывалось, в первую очередь, с имиджем конкретного человека, в частности политика. Впоследствии уже данное понятие стали использовать и по отношению к другим, в том числе и нематериальным объектам и явлениям: например, имидж организации, товара и т.д.

Следует отметить, что в большинстве случаев имидж объекта определяется через его образ, а соответственно отождествляется с ним. Это правомерно даже с той точки зрения, что в переводе с английского языка термин *image* звучит, как образ, представление, изображение. Но тогда возникает вопрос, правомерно ли вводить понятие имиджа, если можно использовать понятие образ. Ряд авторов все же оговаривается, что имидж это скорее разновидность образа, обладающая социальными и психическими характеристиками [9, с. 12.].

Вместе с тем в научной литературе присутствует многообразие подходов к пониманию данного феномена. Понятие имидж исследуется такими науками, как психология, политология, маркетинг, публичная риторика, а так же специальной наукой, которая непосредственно занимается изучением имиджа – имиджелогией, которая стала методологической базой для других наук, разрабатывающих проблемы имиджа. Вследствие этого мы рассмотрим общенаучные положения, характеризующие феномен имиджа в целом, чтобы, отталкиваясь от них, перейти к анализу непосредственно имиджа города.

Наука имиджелогия появилась не так давно, но за столь незначительное время стала очень востребованной. Нет четко сформированного и общепризнанного определения этой научной отрасли знания, но, обобщая то, что можно встретить, получается, что имиджелогия – это наука о формировании имиджа. Соответственно, объектом исследования данной научной отрасли как раз и является феномен имиджа. Итак, рассмотрим, как определяется понятие имидж в имиджелогии.

А.Ю. Панасюк, автор многих книг, посвященных формированию имиджа, говорит о том, что «это всегда такой образ объекта или явления, о котором сложилось мнение, или: имидж – это всегда мнение об объекте, явлении, сложившееся на основе образа» [8]. То есть имидж определяется через два основных понятия: образ и мнение. Автор предлагает различать две стороны имиджа: «имидж чей»? И «имидж у кого?». Таким образом, важно отметить, что имидж какого-либо объекта не может существовать сам по себе, он возникает у какой-то группы людей, причем у разных групп может быть в представлении разный имидж одного и того же объекта.

А.Ю. Панасюк выделяет истоки формирования имиджа и говорит о том, что «имидж является следствием:

- либо прямого восприятия тех или иных внешних или внутренних характеристик данного объекта или явления,
- либо косвенного – через восприятие образа, мнения об этом образе, возникшего в психике других людей об этом объекте, явлении» [8].

Подводя итог, А.Ю. Панасюк формулирует следующее определение имиджа: «имидж объекта – это мнение об этом объекте у группы людей в результате сформированного в их психике образа этого объекта, возникшего вследствие прямого их контакта с этим объектом или вследствие полученной об этом объекте информации от других людей; по сути имидж объекта – это как он выглядит в глазах других людей, или – что одно и то же – каково о нем мнение других людей» [8]. Данное определение достаточно полно отражает основную суть феномена имиджа, но нам представляется важным отметить, что в реальности мнение об объекте имиджа на основе сложившегося образа зачастую предстает как набор определенных характеристик этого объекта. Так, например, А.В. Мозолин отмечает, что: «имидж – виртуальный набор оценочных характеристик, существующий в сознании людей относительно определенного объекта» [5, с. 6]. По нашему мнению, такой подход слишком редуцирует феномен имиджа, и в действительности набор оценочных характеристик, выступающий в качестве выражения мнения, сформированный на основе сложившегося образа объекта, является одной из составных частей имиджа.

Отталкиваясь от общей методологии, предложенной имиджелогией, необходимо прояснить специфику социологического анализа имиджа.

В социологической науке понятие «имидж» только начинает активно использоваться и предаваться осмыслению, поэтому достаточно трудно выявить специфику социологического подхода к изучению данного феномена. Например, «Социологический энциклопедический словарь» приводит такие определения: 1) Имидж – это «внешний образ, создаваемый субъектом, с целью вызвать определенное впечатление, мнение, отношение у других»; 2) Имидж – это «совокупность свойств, приписываемых рекламой, пропагандой, модой, предрассудками, традицией и т.д. объекту с целью вызвать определенные реакции по отношению к нему» [3, с. 225]. В данных определениях подчеркивается целенаправленность имиджа, а также его ориентация на других людей. Соответственно, социальная природа имиджа, его ориентация на определенные группы людей, может быть одним из аспектов социологического анализа имиджа.

Вследствие того, что в социологической науке еще нет четкого методологического представления о феномене имиджа, мы попытались самостоятельно определить специфику социологического подхода. На наш взгляд, для социологии при изучении данного феномена важными является выявить социальную природу имиджа: имидж формируется для определенной социальной группы и создается в процессе социального взаимодействия, существует не только в индивидуальном, но и в

массовом сознании. Исходя из этого, мы для решения задач нашего исследования будем придерживаться следующего определения имиджа: это мнение, выражающееся в наборе оценочных характеристик объекта, сформированное на основе образа, сложившегося в индивидуальном или групповом сознании в результате социального взаимодействия между ними.

Подводя итог, еще раз отметим, что в нашей работе, говоря об имидже мы будем учитывать два аспекта этого феномена. Во-первых, это внешний набор оценочных характеристик, целенаправленно создаваемый субъектом с определенной целью для какой-либо социальной группы. Во-вторых, это приписываемый объекту (рекламой, пропагандой, модой, предрассудками, традицией) набор оценочных характеристик, который сложился, живет и воспроизводится в массовом и/или индивидуальном сознании. Вследствие существования данных двух аспектов имиджа и может возникать ряд проблем, связанных с несогласованностью и несоответствием данных имиджа одного объекта. На наш взгляд, эта проблема особенно актуальна в отношении имиджа города, когда целенаправленно формируемый имидж города не соответствует его имиджу, сложившемуся в сознании его жителей и жителей других городов, регионов, стран. Переходя к проблеме имиджа города, рассмотрим, как данный феномен исследуется в научной литературе.

Следует отметить многообразие подходов к пониманию данного феномена. Например, А. Люлько рассматривает его как «образ города, формирующийся в сознании людей и влияющий на перспективу его развития» [4]. Он отмечает, что в современном мире имидж города приобретает экономическую значимость и влияет на благосостояние горожан. Автор затрагивает и проблему «имиджа для кого?», подчеркивая, что имидж города для разных групп людей будет отличаться.

М.Н. Межевич характеризует имидж города следующим образом: «специально психологически формируемый образ города или его составляющих, ориентированный на определённую социальную группу с целью его продвижения» [5, с. 21]. Им подчеркивается, что имидж города служит для повышения привлекательности города и может целенаправленно формироваться для конкретных групп, будь то инвесторы или сами жители города.

Г.Г. Почепцов отмечает, что имидж города формируется под воздействием географических, климатических, национальных, культурных, экономических отличительных черт, которые присущи конкретному городу. Так же Г.Г. Почепцов подчеркивает, что имидж города как совокупность убеждений и ощущений людей по поводу его особенностей формируется как вследствие личного опыта, так и опосредованно, через

других агентов (СМИ, очевидцы и т.д.). Следовательно, при формировании положительного имиджа города важная роль отводится СМИ, которые в значительной мере могут воздействовать на определенные группы людей. Таким образом, автор считает, что «под имиджем города можно понимать исторически сложившийся образ города как субъекта социальных отношений в системе региона или страны, обусловленный национальными, социальными, культурологическими и градосоставляющими факторами, которые проявляются в сопутствующих коммуникативных атрибутах» [10, с. 32].

С позиции маркетинга и экономики имидж является одним из факторов инвестиционной привлекательности города. В данном случае сам город рассматривается как геотовар, а его стоимость зависит от уникальных благоприятных географических условий. С этих позиций Т.В. Мещеряков следующим образом определяет имидж города: «Имидж геопродукта города – это устойчивый, исторически складывающийся образ определенной географической местности (города), существующий или возникающий в воображении большинства субъектов, входящих в целевую аудиторию при упоминании названия этой территории» [7]. Акцент данным автором делается на том, что имидж города, как некая совокупность образов, определяет ценность конкретного геопродукта. Имидж рассматривается как внешняя форма, в которой проявляется внутреннее содержание и концентрируются основные свойства и характеристики города.

И. С. Важенина акцентируется на произвольности и субъективности имиджа города: «Имидж города представляет собой совокупность убеждений и ощущений людей, которые возникают по поводу его особенностей» [2, с. 73]. Т. Ю. Быстрова же связывает имидж непосредственно с людьми и говорит о том, что «город – это люди, живущие в нем, а имидж города создается обликом людей, которые ходят по нему» [1]. Имидж города, по мнению Т.Ю. Быстровой, обладает следующими социокультурными функциями, которые так же должны учитываться при использовании как экономического, так и социального потенциала данного феномена [1]:

- организация (создание целостного впечатления);
- презентация (создание благоприятного впечатления);
- коммуникация (связь с историей и современной культурой);
- облагораживание (для современников и потомков);
- до какой-то степени – утопизация (создание образа достижимого будущего, к которому можно двигаться);
- эстетизация;
- формирование духовно-ценностной атмосферы, «духа» города.

В приведенных выше определениях имиджа города прослеживаются выделенные нами ранее два значимых, по нашему мнению, для его теоретического и эмпирического анализа аспекта. Первый аспект отражает ту сторону имиджа, которая представляет собой целенаправленно формируемое мнение об образе города, выраженное в наборе оценочных характеристик его для воздействия на определенные социальные группы. Второй аспект раскрывает уже существующий имидж города, который представляет собой исторически сложившееся мнение об его образе, выражающееся в наборе оценочных характеристик города как социальной системы, обладающей уникальным пространством, в представлении различных социальных групп.

Вследствие существования и противоречивого взаимодействия данных двух аспектов имиджа и может возникать ряд проблем, связанных с несогласованностью и несоответствием представлений об имидже одного и того же объекта. Соответственно при использовании потенциала имиджа города в экономических или социальных целях необходимо учитывать эти два аспекта и, ориентируясь на них, принимать решения о том, какой из них обладает большей ценностью в конкретном случае, а какой требует целенаправленного формирования или корректировки.

Следовательно, имидж города это не просто мнение, выраженное в наборе оценочных характеристик, а нечто большее. Имидж города формируется на основе сложносоставного образа, так как город это сложная система, которая объединяет в себе и физическое пространство (естественные и рукотворные ландшафты, архитектуру) и социальное (различные сферы жизнедеятельности людей), и историю города. И все проявления города, так или иначе, находят свое отражение в имидже.

Но будет неверным утверждать, что простой список характеристик различных сторон городской системы будет представлять собой имидж города. Имидж – это нечто системное, хотя и состоящее из множества элементов. Помимо оценочных характеристик в имидж города входят и элементы другого порядка. Вследствие этого, мы выдвинули предположение, что имидж города будет состоять из трех составных частей.

Первая часть образуется визуальными символами и знаками города, которые репрезентируют город и ассоциируются с ним. К ней относятся герб города и различные визуальные объекты, которые служат его визитной карточкой. В большинстве случаев это исторические памятники, архитектура, а так же могут быть уникальные природные явления (горы, реки и т.д.). Первая часть имиджа города, мы назовем ее визуальной, отвечает за восприятие внешнего облика города и в большей степени связана с физическим городским пространством.

Вторую часть имиджа города составляют разделяемые убеждения, стереотипы об уникальных особенностях города, его ярких чертах. В нее входят устоявшиеся представления о городе, разделяемые большинством людей или представителями различных социальных групп, которые выражаются в основном вербально. Так среди екатеринбуржцев расхоже представление о том, что Екатеринбург – это третья столица, но в реальности это звание ничем не подкреплено и нигде не выражено. Однако нельзя отрицать, что данное представление не отражается на имидже города в сознании самих горожан. Следовательно, это некое убеждение, сложившееся в представлении людей, которое находит выражение и в имидже города. Такие убеждения устойчиво существуют в сознании людей в качестве символов города. Отсюда условно мы назовем данную часть имиджа города «символической».

А вот третья составляющая имиджа города – оценочная – уже непосредственно содержит в себе оценочные характеристики различных сфер жизнедеятельности города: экономической, политической, культурной, коммуникационной. Причем следует отметить, что данная составляющая имиджа, хотя и может опираться на реальные показатели деятельности города, но в составе именно имиджа, она будет представлять собой скорее эмоциональную оценку, основанную на самоощущениях и личном опыте, а, следовательно, может значительно различаться у разных социальных групп.

Таким образом, мы под имиджем города понимаем мнение различных социальных субъектов об образе города, выражающееся в визуальных объектах, устойчивых представлениях об особенностях города и наборе оценочных характеристик различных сфер взаимодействия социальных субъектов в городском социальном и физическом пространстве.

Литература

1. Быстрова Т.Ю. Пути и следствия формирования позитивного имиджа города // URL: <http://www.uran.ru/reports/> (11.10.2012).
2. Важенина И.С., Важенин С.Г. Имидж как конкурентный ресурс региона // Регион: экономика и социология. 2006. № 4. С. 72-84.
3. Имидж // Социологический энциклопедический словарь / Под ред. Г.В. Осипова. М., 2000. 488 с.
4. Лялько А. Имидж города и факторы, влияющие на его формирование // URL: <http://www.isras.ru/files/File/Vlast/2011/08/Lulko.pdf> (дата обращения 02.11.2012).
5. Мазолин А.В. Методика анализа имиджа и его положение в информационном пространстве. Екатеринбург, 2004. 44 с.
6. Межевич М.Н. Социальное развитие и город. М., 2001. 231 с.

7. *Мецзяков Т. В.* Имидж города как стратегический фактор эффективного маркетинга территории // URL:<http://www.m-economy.ru/art.php?nArtId=2663> (дата обращения 09.10.2012).

8. *Панасюк А.Ю.* Имидж: определение центрального понятия имиджологии// URL: <http://www.ref.by/refs/72/50286/1.html> (дата обращения 12.10.2012).

9. *Перельгина Е.Б.* Психология имиджа. М., 2002. 223с.

10. *Почепцов Г.Г.* Имиджология. Теория коммуникаций / Г.Г. Почепцов. М., 2001. 656 с.

11. *Путанцев П.* Имидж города и имидж-дизайн города // URL: <http://www.eff-com.ru/index.php?id=39> (дата обращения 08.10.2012).

ИЗУЧЕНИЕ ПРОСТРАНСТВЕННОЙ МОБИЛЬНОСТИ СКВОЗЬ ПРИЗМУ STS: СЦЕНАРИИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В МАРШРУТНЫХ ТАКСИ

Аннотация: В статье рассматриваются социальные проблемы маршрутного такси как специфического социотехнического феномена современной России. Социотехнический ансамбль маршрутного такси является полем конструирования многочисленных сценариев использования, которые в свою очередь, составляют социальное пространство данного вида общественного транспорта. Выдвигается гипотеза о том, что сценарии использования представляют собой конструкт вариативных повседневных принципов действия пользователей.

Abstract: This article examines the social problems of taxi as a specific socio-technical phenomenon of modern Russia. Socio-technical ensemble of route-taxi is the field of numerous scenarios, which in turn constitute the social space of this type of public transport. Puts forward a hypothesis that the scripts of usage represent a construct variative principles of everyday acting of users.

Ключевые слова: маршрутные такси, общественный транспорт, исследования науки и технологии, акторно-сетевая теория, социология мобильностей, социотехнический ансамбль, ритуалы перехода.

Key worlds: route taxi (share taxi), public transportation, STS, actor-network theory, sociology of mobilities, sociotechnical assemblage, rites de passage

Исследования науки и технологии (STS) представляют собой своеобразный конструктивистский подход к изучению взаимного формирования общественной жизни человеческими и не-человеческими субъектами. Это – междисциплинарная область знания, образовавшаяся на стыке социологии, экономики, политики и технонауки. Направление STS сформировано, скорее, из множества споров и дискуссий, чем из одной теоретической парадигмы. Данное течение включает в себя такие направления, среди которых можно особо выделить: «социальное конструирование технологий» (W. Bijker, T. Pinch), концепция социотехнических систем Т. Хьюза, акторно-сетевая теория (B. Latour, J. Law).

Развиваясь, методы и теоретические подходы STS стали применяться не только для изучения науки и технологии, но также и к изуче-

нию городской среды. Влияние на урбанистические исследования проявляется в следующем [1]:

1. Исследовательское понимание сместилось с «города как целого» на «город как множество». Предметом изучения стала коллективная социальная жизнь. Изменился фокус исследований: увеличился интерес к изучению способов проживания в городе, т.е. различных способов конструирования городской жизни.

2. Городское пространство стало рассматриваться как следствие отношений между человеческими и не-человеческими субъектами.

В связи с этим следует обратить внимание на феномен пространственной мобильности, который является следствием отношений между акторами и различными транспортными средствами. По мнению Дж. Урри, основателя «новой социологии мобильностей», сегодня стоит говорить об обществе не в терминах региона, но как о своеобразной текущей среде, состоящей из многочисленных «поток», т.е. движущихся в пространстве масс, которые состоят из людей, образов, информации и доходов [2, с. 61]. Данные всевозможные перемещения объектов, информации и людей, с позиции Дж. Урри, и называются мобильностями. В своей концепции основатель «новой социологии мобильностей» исследует всевозможные виды мобильностей, акцентируя свое внимание на повседневных пространственных перемещениях, считая, что они являются «центральными моментами социальной жизни, связывающими в настоящее время семьи, круг друзей, партнёров, фирмы» [3, р. 479].

С позиции ANT (акторно-сетевой теории), система маршрутных такси выступает своеобразным социотехническим ансамблем, который, во-первых, оказал влияние на преобразование городской транспортной системы в целом, во-вторых же, изменил индивидуальные практики передвижения множества городских жителей и жителей сел и поселков. О маршрутных такси также можно говорить в терминах сетевого пространства. Стоит обратить внимание на различное понимание феномена «сети» представителей двух направлений ANT: Парижской ветви (Б. Латур, М. Каллон) и Ланкастерской ветви (Дж. Ло, М. Акринч, Н. Альбертсен). Для Дж. Ло сеть – тверда и устойчива: «объект остается объектом до тех пор, пока отношения между ним и связанными с ним объектами устойчивы и все сохраняется на своих местах» [4, с. 227]. Для Б. Латура же сеть – это совокупность действий индивидов, опосредованное различными объектами. В этой связи, действия могут меняться, но такое изменение – свойство сети, т.к. важную роль в процессе конструирования играет феномен неопределенности: «не существует такого производителя, создателя или конструктора, о котором можно было бы утверждать, что он властвует над материей. Обнаруживаемая здесь не-

определенность охватывает и то, что строится, и того, кто ответствен за неожиданное возникновение новых свойств подручных материалов» [5, с. 371]. В данной работе маршрутное такси будет рассматриваться как сетевое пространство с позиции подхода к данному феномену Дж. Ло. Таким образом, сетевое пространство для нас обладает следующими характерными чертами: объекты сетевого пространства сохраняют свою идентичность, пока отношения между ним и связанными с ним объектами – стандартизированы и устойчивы; это пространство сложных устойчивых и неизменных связей между людьми и предметами [2, с. 59]; имеет четкие границы. Так, например, в кабине маршрутного такси осуществляется крайне стабилизированная работа – водитель осуществляет перевозку автомобиля по четко установленному маршруту (хотя, бывают и исключения, например, если водитель съезжает с маршрута и едет по другой улице, чтобы объехать пробку), соблюдая временную дистанцию между другими автомобилями маршрута. Более того, пользователь, попадая каждый раз в салон маршрутного такси, не сталкивается с совершенно новым порядком, по которому функционирует маршрутное такси: существует определенная фиксированная цена, достаточно устойчивая материальная обустроенность салона, официально заявленный маршрут и пр.

Тем не менее, «сетевые объекты и реалии зависят от изменчивости пространства потоков...сетевой гомеоморфизм, обнаруживаемый исследователем в любом центре аккумуляции, скрывает бесконечное многообразие случайных, текучих, ситуативных изменчивостей» [4, с. 239]. Можно говорить о следующих ситуативных изменчивостях, возникающих в маршрутных такси:

1. В салоне «ГАЗели» («Форда» и пр.), следующей по маршруту, каждый отдельно взятый отрезок времени происходит непредсказуемая трансформация событийности, выраженная в постоянном изменении количества пассажиров и в непрекращающемся изменении их дислокации. Например, в зависимости от занятых в салоне мест, пассажиру следует решить, как осуществить оплату за проезд (взвалить функции кондуктора на себя или же передать деньги другому пассажиру). Более того, человек, оплачивающий проезд за себя и других водителю, должен уметь легко отказаться от этой функции – например, если вновь зашедший индивид занял более удобное для оплаты проезда место.

2. Придание водителем (или хозяином транспортного средства) изначально строгому салону автомобиля вида «домашности» [6, р. 341]. Зачастую пользователи автомобиля привносят в автомобиль различные элементы домашнего пространства: игрушки, разноцветные чехлы для кресел, занавески, полотенца, тем самым стремясь сделать свое рабочее пространство более комфортным.

3. Несанкционированное с администрацией организации изменение маршрута, которое может проявляться в следующем: а) водитель может объехать пробку/аварию по другой улице; б) водитель может начать или закончить движение маршрутного такси не на конечной остановке.

Таким образом, «ядро» маршрутного такси остается неизменным. К неизменному ядру объекта относится – официальный маршрут, по которому должно двигаться транспортное средство, фиксированная плата за проезд, возможность входа/выхода в/из автомобиль и пр. Тем не менее, зачастую маршрутное такси сталкивается с активностью пространства потоков, в связи с чем, претерпевает различные изменения.

В связи с тем, что маршрутное такси часто сталкивается с различными ситуативными изменчивостями, связанными с активностью пространства потоков, оно находится на грани поломки сети: «иногда черные ящики распахиваются...когда случаются поломки или аварии, роль этих актантов становится отчетливо видимой...раскрываются все актанты, которые вносят свой вклад в индивидуальное и произвольное действие водителя» [7]. Так, любая нестандартная ситуация в салоне данного общественного транспорта, будь то: конфликты водителя с пассажиром, несогласованный с администрацией съезд с маршрута, заедание автоматической двери при открытии – все это приводит к тому, что сетевой объект практически теряет устойчивое равновесное противодействие сил внутри сети. Тем не менее, маршрутное такси не становится совершенно иным объектом и, тем более, не исчезает вовсе, т.к. всевозможные изменения в работе данного «механизма» не приводят к полной непредсказуемости в работе различных элементов. Например, пассажиры предполагают, что: любое изменение маршрута – не масштабно, а значит, вскоре маршрутное такси вновь поедет по установленному администрацией пути; дверь не будет заедать все время – водитель попытается починить ее прямо на маршруте, в противном же случае – рассчитается с пассажирами и поедет ремонтировать транспортное средство, чтобы исправить неполадки. В этой связи, можно говорить о том, что маршрутные такси остаются «работоспособными», т.к. конструируют внутри себя специфический порядок, по которому и осуществляется работа.

Для изучения конструирования данного порядка, стоит обратиться к концепции «сценариев использования», которую разрабатывала в своих работах Мэделин Акрич. Она говорила о том, что в технологии встраивают сценарии использования – например, у лифта есть сценарий использования, который заключаются в том, что люди будут заходить в него и нажимать на кнопки [8, р. 266]. Сложные взаимоотношения между пользователями и лифтом конструируются на основании специфичности дизайна лифта как технологии.

Сценарии использования состоят из двух элементов:

1. Inscript (внедрение определенной программы пользования техникой самими проектировщиками);
2. De-script (фактическое использования технологии самими пользователями).

В данной работе будет идти речь о «сценариях использования» пользователей маршрутного такси. И так, было продемонстрировано, что сценарий использования – практики поведения индивидов, опосредованные определенной технологией. Под технологией в данной работе подразумевается маршрутное такси, которое выступает артефактом, во-первых, имеющим определенное пространство, обусловленное материальной обустроенностью салона, во-вторых, имеющее определенные принципы функционирования. С этой точки зрения, понятие пользовательских сценариев использования требует изучения не только действий актора, которые строятся вокруг определенной технологии (например, кресла в салоне маршрутного такси), но еще и координации действий всех агентов взаимодействия, которые находятся в пространстве маршрутного такси, т.е. все то, из чего сконструирован процесс передвижения.

В связи с этим, с сентября 2011 г. и по настоящее время проводится исследовательская работа, включающая в себя: глубинные интервью с водителями маршрутных такси и включенное наблюдение в салоне маршрутного такси. По предварительным результатам исследования выяснилось, что одним из факторов, влияющих на сценарий использования пассажира, выступает место, которое он занял в процессе передвижения. В этой связи было выделено 3 зоны в пространстве маршрутного такси, представленные различными типами мест:

1. Зона наибольшей вовлеченности в салоне маршрутного такси представлена типом мест, которым в этом исследовании было дано рабочее название – места отчуждения. Пассажиры, сидящие на местах отчуждения, наиболее полно вовлечены в процесс перевозки, т.к. им необходимо следовать определенным неписаным правилам пользования данными местами: осуществлять функции «кондуктора», посредством передачи оплаты пассажирам водителю и обратной передачи сдачи.

2. Зона средней вовлеченности представлена в салоне маршрутного такси «нейтральными местами». Это – самая обширная зона. Ее особенность состоит в том, что с одной стороны, пассажиры не чувствуют большого дискомфорта, сидя на нейтральных местах и не стараются пересесть на другие при первой же возможности. С другой же стороны, зачастую пассажирам все же приходится передавать оплату за проезд другим пользователям маршрутного такси, а следовательно, концентрировать свое внимание непосредственно на процессе передвижения.

3. Зона наименьшей вовлеченности представлена местами, которым было дано название «популярных», т.к. пассажиры в первую очередь стремятся занять именно их. Данные места расположены таким образом, что пассажир, во время движения, испытывает наименьший дискомфорт. Пользователь, занявший данное место, может практически не замечать событий, происходящих непосредственно в салоне маршрутного такси: он может быть поглощен «просмотром фильма» [9, р. 90], т.е. событиями, которые он имеет возможность наблюдать из окна в салоне, или же моделировать свое собственное личное пространство посредством использования различных технологий: мобильного телефона, музыкальных проигрывателей или книги.

Заметим, что присутствие пассажира в маршрутном такси – лишь один из аспектов его действий, ориентированных на использование маршрутного такси. Сценарий же использования представляет собой куда более обширный пласт действий. В этой связи стоит обратить внимание и на другие аспекты поведения акторов по отношению к маршрутным такси, которые будут носить названия «ритуалов». Понятие «ритуал» в данной работе предполагает отсылку к концепции «ритуалов перехода» [10, с. 9] А. Ван Геннепа. Если А. Ван Геннеп рассматривал «ритуалы перехода», связанные с изменением социального статуса человека, то в данной работе ритуал представляет собой процесс перехода от одной деятельности актора, направленной на конструирование процесса передвижения, к другой. Стоит обратить внимание на тот факт, что для пассажиров и водителей ритуалы использования различны.

По результатам исследования была сформирована типология ритуалов пользования маршрутными такси. Автор предусматривает, что данная классификация может быть неполной, а также может претерпевать изменения с течением времени. Можно говорить о следующих ритуалах, активизирующихся во время использования маршрутного такси у пассажиров:

1. Ритуал остановки автомобиля. Пользователь маршрутного такси может остановить транспортное средство жестом (вытянутой в сторону рукой). Тем не менее, он может не останавливать маршрутное такси вообще, например, если стоящие рядом с ним на остановке остановили транспортное средство раньше. Стоит обратить внимание, что индивид может использовать различные жесты: вытянуть в сторону руку с раскрытой ладонью или же сжать ладонь в кулак, освободив лишь указательный палец. Более того, по типу жестикуляции пассажира во время остановки маршрутного такси можно определить насколько далеко ему нужно уехать, словами респондента: «Если человек сильно вытягивает руку, чуть ли не выпривая на дорогу, то сразу понятно – ехать ему далеко. Если же поднимает ее на пару секунд и сразу опускает, значит

ему не важно на какой машине ехать, т.е. он едет не далеко» (Респондент №1, 34 г., стаж работы – около 7 лет).

2. Ритуал вхождения в автомобиль. Вариация данного ритуала в основном зависит от типа автомобиля и наличия/отсутствия автоматической двери. Во-первых, человек может не открывать дверь т.к. она автоматическая/кто-то выходит или заходит в салон. Во-вторых, заходя в салон, пассажир может как держаться за поручни, так и заходить, например, держа руки в карманах. В-третьих, если дверь ручная, человек может, в момент закрытия дверь как присесть на расположенное рядом с дверью место (если оно свободно), так и закрыть дверь стоя.

3. Ритуал оплаты за проезд. Вариация данного ритуала зависит в основном от места, на котором сидит пассажир, и от заполненности салона автомобиля. Пассажир может как передавать оплату за проезд самостоятельно, если сидит на местах отчуждения, так и просить посторонних передать за него деньги, если сидит на нейтральных или популярных местах. Также на специфику оплаты может влиять и тип автомобиля – в малогабаритных газелях пассажиры зачастую передают оплату уже заняв определенное место в салоне, в иномарках же сегодня очень часто пассажиры передают оплату за проезд самостоятельно, стоя около двери.

4. Ритуал присутствия. Поведение пассажира в салоне каждую новую поездку может разительно отличаться друг от друга. Способ присутствия зависит от: 1) технологических характеристик автомобиля – если в «ГАЗлях» пассажир, сидящий на месте отчуждения, практически всегда вынужден осуществлять функции «кондуктора», то в современных моделях маршрутных такси («Форд», «Мерседес-Бенц» и пр.) в часпик эта функция смещается на «стоячих пассажиров», которым зачастую бывает удобнее осуществить передачу оплаты за проезд; 2) социальных характеристик пространства в салоне маршрутного такси – поведение индивида будет меняться в зависимости от того, в какой зоне (наибольшей/средней/наименьшей вовлеченности) маршрутного такси он займет место, на что, несомненно, влияет наличие других пассажиров; 3) личностных особенностей индивида – например, некоторые современные образы присутствия пассажиров в салоне маршрутного такси невозможны без использования различных медиа, будь то: плеер, книга, сотовый телефон и пр.

5. Ритуал прошения об остановке. Данный ритуал зачастую зависит от социальной обстановки в пространстве маршрутного такси. Пассажир может как попросить водителя об остановке самостоятельно (здесь можно также различить 2 типа прошения: просьбу и приказ), так и промолчать вовсе – если до него об остановке уже сообщили. Также влияние оказывает образ присутствия в автомобиле – если пассажир едет в

наушниках, то за определенное время до прошения один наушник вынимается, также убираются книги, тетради, одеваются перчатки. Стоит также заметить, что перед выходом пассажир может поменять занимаемое место – пересесть ближе к выходу.

6. Ритуал выхода из автомобиля. Данный ритуал имеет такие же особенности, как и способ вхождения в автомобиль – пассажир может держаться или нет за поручни во время выхода, если дверь автоматическая – то открывать дверь ему не приходится. Единственное отличие – некоторые пассажиры благодарят водителя транспортного средства по прибытию на место назначения.

Также можно говорить о следующих ритуалах водителей маршрутных такси:

1. Ритуал выхода на маршрут. Перед выходом на маршрут, водитель маршрутного такси обязан пройти несколько обязательных инстанций: получить путевой лист, пройти механика и медика, каждый из которых должен поставить печать.

2. Ритуал ожидания начала круга. Начиная свой рабочий день, водители приезжают на конечную остановку маршрута, где ждут своего выхода на маршрут. Во время ожидания, водители подготавливают свою машину к началу движения, а также общаются друг с другом: «На конечной я кофе пью, деньги подсчитываю, «разменку» раскладываю. Машину подготавливаю к работе, чтобы мне было удобно. Кофточку снимаю, когда машина прогрелась» (Респондент №2, М., 41г., стаж работы –17 лет).

3. Ритуал перевозки пользователей. Типичными чертами данного ритуала можно назвать следующие: водители стремятся разрешить любой возникший конфликт в салоне; ведут подсчет пассажиров, тем самым стараясь не упустить из виду возможных «безбилетников». Также в обязанности водителей входит – остановка транспортного средства по просьбе пассажиров, прием оплаты и выдача сдачи.

4. Ритуал координации движения по маршруту. Многие водители осуществляют координацию движения между машинами своего маршрута посредством звонков водителям. Данная мера представляется необходимой, т.к. предостерегает водителей от возможности непредвиденного изменения графика движения – например, сокращения времени движения между транспортными средствами.

5. Ритуал завершения работы. По окончании работы, водители обязаны сдавать свой путевой лист, только после чего могут поставить машину в бокс, закрепленный за организацией или на стоянку возле своего дома.

Итак, данная статья была посвящена исследованию сценариев использования в маршрутных такси. Автор постаралась показать, что сце-

нарии использования представляют собой конструкт вариативных повседневных принципов действия пользователей. В этой связи можно сказать, что и сценарии использования – также вариативны, т.к. испытывают такое же влияние различных факторов, среди которых можно особо выделить: различные типы салонов маршрутных такси, заполненность салона и др.

Литература

1. *Farias I.* The politics of urban assemblages / I. Farias // *City*. 2011. Vol. 15. P. 365-374.
2. *Урри Дж.* Социология за пределами обществ: виды мобильности для XXI столетия / Дж. Урри. М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2012. 336 с.
3. *Urry J.* Mobilities and social theory / J. Urry // *The new Blackwell companion to social theory* / Ed. by V. Turner. London.: Blackwell Publishing, 2007. P. 477-495.
4. *Ло Дж.* Объекты и пространства / Дж. Ло // *Социология вещей*. Сборник статей / Под ред. В. Вахштайна. М.: Издательский дом «Территория будущего», 2006. С. 223-244.
5. *Латур Б.* Надежды конструктивизма / Б. Латур // *Социология вещей*. Сборник статей / Под ред. В. Вахштайна. М.: Издательский дом «Территория будущего», 2006. С. 363-390.
6. *Lofgren O.* Motion and emotion: learning to be a railway traveler, mobilities / O. Lofgren // *Mobilities*. 2008. Vol. 3 (3). P. 331-351.
7. *Callon M.* Actor-network theory / M. Callon / *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences*. Amsterdam: Elsevier, 2001. P. 62-66 (Перевод Кузнецова А.Г.).
8. *Pinch T.* The sociology of science and technology / T. Pinch / *21st century sociology* Vol.1-2 Specialty Fields 1, part I: nontraditional perspectives, theory, and methodology. SAGE Publications, 2006. P. 266-276.
9. *Larsen J.* Tourism mobilities and the travel glance: experiences of being on the move / J. Larsen // *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*. 2001. Vol. 1 (2). P. 80-98.
10. *Ван Геннеп А.* Обряды перехода. Систематическое изучение обрядов. М.: Издательская фирма «Восточная литература» РАН, 1999. 198 с.

ПОЖИЛОЕ ПОКОЛЕНИЕ В СОВРЕМЕННОМ ГОРОДЕ

Аннотация: В данной статье мы рассматриваем пожилое поколение в истории и сопоставляем с нашим временем. На протяжении долгого периода времени пожилое поколение было доминирующим в обществе, но потом их роль стала отходить на второй план. Также мы рассмотрим феномен старости в наше время и сопоставим его с феноменом старости в прошлом, и представим разработанное нами решение проблемы роли пожилого поколения в нашем городе.

Ключевые слова: Пожилое поколение, геронтократия, геронтофобия, нуклеарность, институционализация

Abstract: In this article we consider the older generation in the history and compare the results with our modern situation. For a long time the older generation was the dominant society, but their role has become sidelined. Also we will consider the phenomenon of old age in our time and compare the phenomenon of old age in the past, and give our solution to the problem of the role of the older generation in our city.

Key words: Elderly, gerontocracy, gerontophobia, nuclearity, institutionalization

Все мы стареем, и время берёт своё. Но под старостью можно понимать как естественную старость, наступающую в конечный период жизни, так и психологическую старость, которая может наступить в любом возрасте.

Проблемы старения изучает наука – геронтология, изучающая физическую и социальную старость. Она изучает её социальные позиции, её место в социальной структуре общества, способы и методы взаимодействия с различными группами общества. Как мы упоминали выше, старение есть естественное свойство любого живого организма. Таким образом, старение и смерть являются физиологическими свойствами человека. По нашему мнению, в нашей жизни надо уделять гораздо больше внимания социопсихологическим аспектам старения, нежели природным.

Социальные проблемы старения возникли вместе с развитием общества. Они выражались в том, какую позицию занимало общество по отношению к стареющим и старым людям, и какое фактическое место занимали старые люди среди других возрастных групп, какие функции в обществе они выполняли. Если смотреть в историю развития общества,

то на разных этапах развития общества к старению относились по-разному. К примеру, стариков-кочевников, которые не могли следовать за кочующим племенем, лишали жизни. Дикие племена, существовали за счет охоты, умерщвляли соплеменников, которые не могли участвовать в охоте.

Если попытаться понять, когда перестали умерщвлять стариков, нельзя ответить даже приблизительно, так как угасание этого жестокого обычая связано с прогрессом, и стало быть, у каждого народа проявлялось в разное время.

Морган Л.Г.¹ разделил всю деятельность людей на три основные эпохи: дикости, варварства и цивилизации. Морган Л.Г. утверждал, что первые две эпохи можно разделить на три подпериода: низший, средний и высший. По его мнению, уничтожение стариков прекратилось на среднем уровне эпохи дикости.

Наибольшим вниманием старые люди пользуются в эпоху так называемой классической древности. Здесь на долгие времена установилась геронтократия. Суть геронтократии заключается в том, что руководящую должность в государстве мог занимать человек, которому исполнилось по меньшей мере 60 лет [15]. Ещё Сократ ценил общение со старыми людьми, из него можно было узнать у стариков о его пройденном жизненном пути, который предстояло пройти молодым. Как Платон, так и Аристотель говорили, что править должны старые люди. Российский физиолог И.Р. Тарханов обращает внимание на то, что авторитет, которым пользовались старые люди в Греции, имел давнюю традицию. Примером этого может служить легендарный греческий законодатель Солон² заполнял высшие судебные инстанции старыми людьми.

В XIX веке европейские общества претерпели радикальные трансформации. Под влиянием промышленной революции, урбанизации, сокращения сельского населения, формирования класса пролетариев произошел первый демографический взрыв: в 1820 году население Европы достигло 300 млн. чел., и соответственно увеличился процент старых людей в общем объеме населения. Сохраняющийся престиж старости стал рушиться.

В XX веке уже сформировался стереотипный образ старика. Если говорить о второй половине XX века, то можно сказать, что положение стариков ухудшается. Рано вытесненные с рынка рабочей силы пенсионеры становятся балластом для общества, которое в свою очередь ори-

¹ Морган Льюис Генри – американский учёный, историк, этнограф, социолог. Один из основателей эволюционизма в социальных науках. Он из первых создал теорию первобытного общества.

² Солон – древне греческий политик, законодатель и поэт. 7–6 века до н.э.

ентировано на получение прибыли и мало заботится о конкретном человеке. В этот период возникает такое понятие как геронтофобия или враждебное чувство по отношению к старым людям – реликтовое явление, пришедшее к нам из далекого прошлого, ещё не тронутого цивилизацией, где стариков с отклонением в здоровье, могли удушить, закопать живьем или утопить их же собственные дети. И это у них не являлось безнравственной. О современном геронтофобе следует сказать, что он поступает не лучше, так как он тоже приговаривает старика к уничтожению, хотя нанесение смертельного удара он оставляет ему самому. И многочисленные самоубийства стариков в западных странах являются несомненным доказательством этого.

Если говорить о положении пожилого поколения в наше время, то следует отметить следующие проблемы. Во-первых, приход старости неизбежно влечет за собой понижение социального статуса, т.к. прежде всего пожилой человек становится неспособным к активному продолжению экономической деятельности. Это означает, что на этом этапе все его профессиональные достижения заканчиваются, более того, материальное положение значительно ухудшается, т.е. выход на пенсию сопровождается нисходящей социальной мобильностью.

Второй проблемой является отношение к пожилым. Зачастую к ним начинают относиться как к ненужным и бесполезным в обществе людям, потому как сейчас ценятся молодые, здоровые и полные сил граждане. Это оказывает значительное психологическое давление на тех, кто этими качествами в силу возраста не обладает. Также следует отметить, что очень часто родственники не оказывают должной экономической и психологической поддержки пожилым членам семьи. Если в прежние времена была распространена многопоколенная форма семьи, то теперь преимущество отдается нуклеарной. В современной семье роль пожилых гораздо меньше, чем в прежних формах родственной организации.

Мы видим решение этой проблемы следующим образом: надо наладить процесс взаимодействия общества и пожилого поколения. Мы, как сторонник, традиции считаю, что надо вернуть пожилым людям авторитет. Для этого надо, как мы говорили выше наладить связь общения между молодым и пожилым поколением. Нужно всё больше интегрировать пожилых в современную жизнь.

Например, чтобы в школе были уроки передачи опыта и мудрости старых людей, во время которых пожилые люди могли бы передать накопленный опыт младшему поколению. Или институционализировать группу пожилых людей, и дать развитие этой социальной группе, не ограничивая их возрастными критериями.

Литература

1. *Андреева Т.В.* Социальная психология семейных отношений. СПб.: СПбГУ, 1998.
2. *Анциферова Л.И.* Поздний период жизни человека // Психологический журнал. 1996. Т. 17. № 6.
3. *Браун Дж., Кристенсеи Д.* Теория и практика семейной психотерапии. СПб.: Питер, 2000.
4. *Бэндлер Р., Сатир В.* и др. Семейная терапия: книга, углубляющая наши познания о том, как быть человеком. Воронеж, 1993.
5. *Бэрон Р., Ричардсон Д.* Агрессия. СПб.: Питер, 2001.
6. *Витакер К.* Полночные размышления семейного терапевта. М., 1998.
7. *Выготский Л.С.* Проблема возраста. Собр. соч. Т. 4. М., 1984.
8. *Гилинский Я.И., Юнацкевич П.И.* Социологические и психолого-педагогические основы суицидологии: Учебное пособие. СПб., 1999.
9. *Тулина М.А.* Основы индивидуального психологического консультирования. СПб.: СПбГУ, 2000.
10. *Дольто Ф.* На стороне подростка. СПб.: М., 1997; *Дольто Ф.* На стороне ребенка. СПб.: М., 1997; *Каган В.Е.* Воспитателю о сексологии. СПб., 1991.
11. *Каргаполова Е.В., Ануфриев Д.П.* Современный Российский регион: оценка состояния и тенденции развития. Волгоградское научное издание. 2012.
12. *Жолоков А.С.* Региональная политика и реформы в России. Москва 1998.
13. Краткий словарь по социологии / Авт.-сост. П.Д. Павленок. М., 2000. С. 80; *Медков В.М., Антонов А.И.* Семья // Социолог. энциклопедия. В 2 т. Т. 2. М., 2003. С. 394.
14. *Малярова Н.В.* Конфликт семейный // Энциклопед. социолог. словарь. М., 1995. С. 305.
15. *Морган Л.Г.* Древнее общество или исследование линий человеческого прогресса от дикости через варварство к цивилизации. Л., 1933.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

№ п\п	ФИО	Город	Должность	Контакты
1	Артес Галина Александровна	Санкт-Петербург	СПбГУ, факультет социологии, магистрант 1 курса	gaartes@yandex.ru
2	Блохин Алексей Анатольевич	Санкт-Петербург	СПбГУ, факультет социологии студент 2 курса	coliersoft@gmail.com
3	Бондаренко Варвара Алексеевна	Санкт-Петербург	СПбГУ, факультет социологии студент 3 курса	bonvarvara@gmail.com
4	Бразевич Святослав Станиславович	Санкт-Петербург	Профессор кафедры теории и истории СПбГУ	brazevichss@km.ru
5	Галанин Сергей Валерьевич	Санкт-Петербург	СПбГУ, факультет социологии студент 3 курса	galanin994@gmail.com
6	Головнева Анастасия Владимировна	Санкт-Петербург	СПбГУ, факультет социологии, студентка 4 курса	nastasjagolovneva@gmail.com
7	Гонашвили Александр Сергеевич	Санкт-Петербург	СПбГУ, факультет социологии, студент 1 курса	tral_xxx@mail.ru
8	Зайцева Марина Владимировна	Санкт-Петербург	СПбГУ, факультет социологии, студент 1 курса	bananza-m@ya.ru
9	Зверева Елена Андреевна	Москва	НИУ ВШЭ, факультет социологии, студентка 2 курса	zea@gorod.org.ru
10	Касабуцкая Маргарита Сергеевна	Санкт-Петербург	СПбГУ, факультет социологии студентка 4 курса	margaritikmail@mail.ru
11	Круглова Ксения Дмитриевна	Москва	НИУ ВШЭ, факультет социологии, студентка 2 курса	krugksen@gmail.com
12	Лапшин Сергей Леонидович	Санкт-Петербург	Национальный исследовательский университет Высшая Школа Экономики, студент факультета менеджмента	lap-leonid@yandex.ru

13	Николаенко Георгий Александрович	Санкт-Петербург	СПбГУ, факультет социологии студент 4 курса	eastrise.spb@gmail.com
14	Ракевич Екатерина Владимировна	Екатеринбург	Уральский Федеральный Университет, факультет политологии и социологии, магистрант 4 курса	rakely13@yandex.ru
15	Сергеева Дарья Даниловна	Санкт-Петербург	СПбГУ, факультет социологии, студентка 2 курса	dodi788@gmail.com
16	Трегубова Наталья Дамировна	Санкт-Петербург	СПбГУ, факультет социологии, аспирантка 3 года обучения	natalya.tr@mail.ru
17	Чернега Артём Андреевич	Санкт-Петербург	СПбГУ, факультет социологии, аспирантка 1 года обучения	chernega_1990@mail.ru
18	Чернышева Любовь Алексеевна	Санкт-Петербург	СПбГУ, факультет социологии студентка 4 курса	l.a.chernysheva@gmail.com
19	Шайтанова Людмила Андреевна	Волгоград	Волгоградский государственный Университет, Институт Права, студентка 4 курса	shaytanova@yandex.ru
20	Шорыгин Евгений Александрович	Нижний Новгород	ННГУ им. Н.И. Лобачевского, факультет социальных наук, студент 3 курса	jin402@mail.ru
21	Шоцкая Анастасия Анатольевна	Санкт-Петербург	СПбГУ, факультет социологии, студентка 2 курса	anastasia.shotskaya@gmail.com
22	Ярошенко Светлана Сергеевна	Санкт-Петербург	Доцент кафедры сравнительной социологии СПбГУ, к.с.н.	svetayaroshenko@gmail.com

Научное издание

**СОВРЕМЕННЫЙ ГОРОД:
НАСТРОЙКА СОЦИОЛОГИЧЕСКОЙ ОПТИКИ**

**Сборник научных статей
по итогам III Ежегодной социологической школы**

Отв. секретарь *Е. С. Богомяжкова*
Корректор *Е. С. Богомяжкова*
Верстка *Е. М. Захаровой*

Подписано в печать 02.12.2013. Формат 60 ч 90 1/16. Бумага офсетная.
Печать цифровая. Усл. печ. л. 11,0. Тираж 250 экз. Заказ № 06-14-93

Отпечатано с готового оригинал-макета
в Центре оперативной полиграфии СПбГУ
199004, СПб., Волховский пер., д. 3.

По вопросам реализации обращаться по адресу:
Факультет социологии СПбГУ
Тел.: 274-15-62
E-mail: izdat-spbgu@mail.ru
