

СОЦИОЛОГИЯ ГОРОДА

Ю.А. Дроздова, канд. социол. наук, доц. кафедры философии и социологии Волгоградского филиала Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации*

ДИСКУРСЫ ПОВСЕДНЕВНОСТИ И АФФЕКТОВ В ТЕКСТЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ПРОСТРАНСТВА (на примере Волгоградской области)

J.A. Drozdova, candidate of sociological sciences, assistant professor of philosophy and sociology Volgograd branch of Russian academy of National economy and public administration, e-mail: juliadrozdova@mail.ru

DISCOURSES OF ROUTINE AND AFFECTS IN THE TEXT OF REGIONAL SPACE (on the example of Volgograd region)

В статье рассматривается социальное пространство, каковым является регион, как текст, который определяется совокупностью сообщений, отправляемых населенными пунктами, улицами, площадями, памятниками, зданиями и системой знаков, отражающих возможности интерпретаций акторов, обусловленных особенностями субъективного состояния, языка и опыта. Используя методы дискурсивной и семиотической интерпретации, можно выделить две составляющие гетерогенного, многокодового текста — пространство повседневности и пространство аффектов. Пространство повседневности предполагает рациональное восприятие пространства, рассудочное реагирование, в нем происходит формирование традиций, установок, норм поведения, регулирующих поведение социальных субъектов в определенной пространственно-временной локальности. Изменения в восприятии привычных атрибутов регионального ландшафта способны в определенном смысловом и индивидуальном контексте вызвать аффективные реакции. Чувственное восприятие пространства — эмоциональная стимуляция и интрапсихическая репрезентация, ощущение травмы/излечения, опасности/безопасности, негатива/удовольствия, стыда/гордости, или их сочетание — формирует пространство аффектов.

Дуализм в восприятии пространства, его диалектическая природа, конкурентность, гибкость, изменчивость, конфликт локальных и индивидуальных смыслов, существующих практик, стереотипов, ментальностей и культур, ситуаций, информации СМИ являются условиями существования и маркирования регионального текста, актуализации его дискурсивности и исследования.

* Дроздова Юлия Алексеевна, e-mail: juliadrozdova@mail.ru

Ключевые слова: социальное пространство, текст, дискурс, пространство повседневности, пространство аффектов, регион, имидж региона.

The article discusses social space, which is the region of the text that is defined by a set of messages sent to settlements, streets, squares, monuments, buildings, and a system of signs that reflect possible interpretations of the actors, due to the peculiarities of the subjective state, language and experience. Using the methods of discursive and semiotic interpretation, we can distinguish two components of a heterogeneous, multi-code text — space of routine and space of affects. Space of routine presupposes a rational perception of space, rational response, it is a formation of traditions, attitudes, norms of conduct governing the behavior of social actors in a specific spatio-temporal locality. Changes in the perception of the usual attributes of the regional landscape can in a certain sense and individual context trigger affective reactions. The following factors form the space of the affects: sensual perception of space, emotional stimulation and intrapsychic representation, the sense of injury/cure, dangers/safety, negativity/pleasure, shame/pride, or a combination of them.

Dualism in the perception of space, its dialectical nature, congruence, flexibility, variability, the conflict of local and individual meanings, existing practices, patterns, mentalities and cultures, situations, the media are a condition of existence, and labeling of the regional text, updating its discursiveness and research.

Keywords: social space, a text, the discourse, the space of routine, the space of affects, a region, image of a region.

Изучению пространства и его характеристик исследователи уделяют особенное внимание, так как представления человека о мире и о самом себе выстраиваются в соотношении с пространственным концептом, который, с одной стороны, ограничивает эти представления, а, с другой стороны, локализация представлений имплицитно формирует модель безграничного мира восприятия, маркирования, интерпретации пространства как текста.

Пространство начиная с древнейших времен наделялось в сознании людей оценочными коннотациями, поэтому его восприятие предельно репрезентативно. Регион как локализованное пространство может быть рассмотрен в нескольких ракурсах: он является административным, политическим, культурным, торговым, экономическим и инфраструктурным субъектом в системе государственного управления, социальным институтом, связывающим различные субкультуры, различные общности людей, обладает уникальной архитектурой, структурирующей и маркирующей пространство, что оказывает влияние на формирование социального и духовного облика жителей региона; регион является носителем информации, представляя собой особую знаковую систему. И именно в связи с этим регион может быть рассмотрен как текст. Текст определяется особой системой знаков, отражающих в себе состояние сознания

и возможности бесконечных интерпретаций, обеспеченных особенностями субъективного состояния, языка, опыта, практик, которые способны называть, обозначать и описывать явления действительности как фиксированное законченное сообщение¹.

Физическое, локальное пространство региона служит основой инкорпорирования индивидов в группы, оказывает влияние на формирование общего опыта, типа взаимодействия, образов, целей, ценностей. Общество, обосновываясь в определенной местности, придает пространству некое содержание, регион является пространством коммуникации, состоящим из отдельных структурных элементов, подчиненных целому (местоположению, ландшафту, стилю, мифологии и т.п.), и являющимся знаковой средой обитания человека².

Исследования западных ученых в области символики архитектуры и семиотики города (Р. Барт, К. Леви-Стросс, Ч. Дженкс, К. Линч и др.) заложили традицию в исследовании “семиотики пространства”³, текста, кода, знака, синтаксиса, “семантики пространства архитектуры”⁴, образа города⁵. В работах этих авторов было предложено определение архитектуры как пространства коммуникации.

Согласно концепции Ю.М. Лотмана, регион можно рассмотреть как “котел текстов и кодов, разноустроенных и гетерогенных, принадлежащих разным языкам и разным уровням, город, как и культура — механизм, противостоящий времени <...> потому что он заново рождает свое прошлое, которое получает возможность сопоставляться с настоящим как бы синхронно”⁶.

Рассматривая регион как совокупность сообщений, отправляемых населенными пунктами, улицами, площадями, памятниками, зданиями, людьми, можно выделить две составляющие гетерогенного, многокодового текста, которые мы, используя методы дискурсивной и семиотической интерпретации, определили как пространство повседневности и пространство аффектов. Пространство не существует вне текста повседневности и аффектов, являясь мыслимой, переживаемой, рефлекслируемой, воспроизводимой, изменяющейся, конструирующей и конструируемой в процессе коммуникации субстанцией и, в то же время, текст как носитель

¹ *Завельский А.А., Завельская Д.А., Платонов С.И.* Текст и его интерпретация. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=149> (дата обращения: 27.07.2015).

² *Город в процессах исторических переходов: теоретические аспекты и социокультурные характеристики* / Под ред. В.Л. Каганского, Г.С. Кнабе, И.В. Кондакова и др. М., 2001. С. 127.

³ *Барт Р.* Избранные работы. Семиотика. М., 1989.

⁴ *Дженкс Ч.* Язык архитектуры постмодернизма. М., 1985. С. 70.

⁵ *Линч К.* Образ города. М., 1982.

⁶ *Лотман Ю.М.* Семиосфера. СПб., 2000. С. 325.

качественных характеристик рутинности (повседневности)/аффективности всегда включен в пространство.

Понимание категории повседневности основывается на феноменологическом подходе, позволяющем рассмотреть ее как целостный социокультурный жизненный мир, конструируемый и репрезентируемый в постоянных, привычных социальных практиках типичными представителями в определенной пространственно-временной локальности. Пространство повседневности может определяться как привычные условия жизни человека, рефлекслируемые как самоочевидность и рутинность социальной реальности, воспринимаемое, “читаемое” как текст, состоящий из знаков и символов⁷. Повседневность предполагает наличие типичных схем в интерпретации “близкого мира”⁸. Повседневность предполагает рациональное восприятие пространства, рассудочное реагирование, по мнению З. Баумана, выступающее “средством самозащиты против угрожающих его существованию течений и противоречий внешней среды”⁹.

Противоречивость социального пространства и существование множества текстов (глобальных/локальных, внешних/внутренних) обусловили реализацию его коммуникативной, диалогической функции, с одной стороны, в форме конструирования повседневности, заключающейся в формировании традиций, установок, норм поведения, регулирующих поведение социальных субъектов. Но, с другой стороны, социальное пространство региона интенсифицирует “nervous stimulus” — психологические воздействия на человека¹⁰. Привычные атрибуты регионального ландшафта способны в определенном смысловом и индивидуальном контексте привести к изменениям в восприятии¹¹ и вызвать аффективные реакции.

Аффект, согласно психологическим теориям, определяется как эмоциональный процесс, характеризующийся кратковременностью, интенсивностью и выраженными физиологическими проявлениями¹². В теории аффектов (*affectus*, лат. — “страсть”, “душевное волнение”), возникшей как музыкально-эстетическая концепция, было выявлено, что создаваемая художественная реальность имеет двойственную аффективную природу: изображает аффект (печали,

⁷ Pile S. Real cities: modernity, space and the phantasmagorias of city life. L., 2005.

⁸ Шюц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии. М., 2003.

⁹ Бауман З. Город страхов, город надежд // Логос. 2008. № 3 (66). С. 48–49.

¹⁰ Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002. № 3–4 (34).

¹¹ Топоров В.Н. Пространство и текст // Текст: семантика и структура. М., 1983.

¹² Психоаналитические термины и понятия: Словарь / Под ред. Б.Э. Мура, Б.Д. Фаина. М., 2000. С. 43.

радости, страдания и др.) и вызывает различные аффекты у реципиентов¹³. Пространство аффектов предполагает сильное и кратковременное эмоциональное переживание, которое может сопровождаться как внешними, так и внутренними поведенческими реакциями, которые, закрепляясь на бессознательном уровне, могут формировать аффективную память и вызывать кратковременную сильную эмоциональную реакцию в любых ситуациях, в том числе, связанных с воспроизводством дискурсивно заданного регионального текста. Пространство аффектов учитывает и нерепрезентируемые аспекты региональной жизни и индивидуального опыта переживания локальности и ее символов, знаков, взаимодействий. Согласно концепции Г. Зиммеля, поиск аффектов в повседневном взаимодействии способствует чувственному восприятию пространства, эмоциональной стимуляции и интрапсихической репрезентации, по-другому маркирует пространство повседневности: через ощущение травмы/излечения, опасности/безопасности, негатива/удовольствия, стыда/гордости, или их сочетанием¹⁴.

Пространство повседневности и аффектов при этом выполняет важную адаптивную функцию, подготавливая индивида к соответствующей реакции на внешние или внутренние события, к коммуникации внутренних состояний субъекта с состояниями других людей, и вызывая у них необходимые ответные реакции.

Изучение концептуального пространства Волгоградского региона как текста было начато в 2012 г. Исследование было продолжено в рамках полевого этапа реализации гранта РГНФ № 13-13-34009 “Имидж региона как коммуникативная стратегия власти и СМИ” (апрель — сентябрь 2013 г.). В качестве методов исследования были использованы экспертный (полуформализованный) и формализованный опросы, направленные на выявление общественного мнения жителей региона (N = 1000), изучение мнения экспертов внутренних (N = 20), проживающих в Волгоградской области и внешних (N = 30), уехавших из региона, но связанных с Волгоградским регионом устойчивыми социальными практиками (представителей органов государственной и муниципальной власти и региональных СМИ, бизнеса).

При разработке программы исследования было выдвинуто несколько гипотез:

1. Региональная идентичность формируется в сознании общест-венности не только в ходе восприятия и интерпретации информа-

¹³ Meyer-Sickendiek B. Affektpoetik. Eine Kulturgeschichte literarischer Emotionen. Würzburg, 2005.

¹⁴ Зиммель Г. Указ. соч.

ции, распространяемой прессой и телевидением, но и в результате непосредственного контакта с политической, экономической, социальной и культурной средой региона. Восприятие и оценка регионального пространства населением зависит от степени удовлетворенности регионом как местом жительства, социальной средой, которая характеризуется достигнутым качеством жизни.

2. Волгоградская область ассоциируется у его жителей только с символами Сталинградской битвы, Великой Отечественной войны, которые и образуют, с одной стороны, аффективное пространство региона, вызывающее сильные эмоциональные реакции как жителей региона, так и прибывающего населения, а, с другой стороны, маркируют пространство повседневности, рутинности, ограниченное памятными датами, что оказывает влияние на формирование региональной идентичности и желание связывать настоящее и будущее с Волгоградским регионом.

3. Существующий имидж Волгоградской области как проблемного, экономически отстающего региона, с высокой степенью недоверия населения к власти не удовлетворяет его жителей, и большинство населения пространство аффектов связывает с негативными коннотациями регионального пространства.

4. В Волгоградской области не проводится системной политики по созданию и укреплению пространственного образа региона, все мероприятия носят “лоскутный” характер, пространство повседневности и аффектов выстраивается благодаря синергетическому эффекту исторического ресурса региона, повседневным социальным практикам населения и информации, которая транслируется федеральными СМИ, демонстрирующими интерес к негативной событийности.

В ходе исследования один из уровней гетерогенного регионального текста был определен дискурсом повседневности. Пространство повседневности как рационализация и постоянная последовательность коммуникативных практик, осуществляемых в региональном ландшафте, вызывает типичные смысловые интерпретации жителей региона и прибывающего населения. По мнению информантов, пространство повседневности в Волгоградской области определяют следующие маркеры:

1) супермаркеты: *“постоянно ходим в этот магазин с мужем, удобно, рядом и все можно купить”*, *“конечно, хорошо: и шопинг, и в кино сходили...”*, *“ежедневное посещение: работа и магазины”*;

2) банки: *“очень много появилось в городе и области банков”*, *“везде кризис, а только им нипочем, банки, как грибы — на каждом углу”*;

3) реклама, уличные баннеры: *“Как-то незаметно стало много вдоль дороги, иногда обращаю внимание, есть интересные тексты,*

особенно личного характера”, “украшают серое небо”, “одна реклама везде, и никто не следит, где поставили, что написано”;

4) улицы: “Широкие, заснеженные, привычно грязные”, “хорошо, что названия не меняют”, “самое привычное — дорога по этой улице на работу”;

5) общественный транспорт: “В Волгограде всегда хорошо было с общественным транспортом, чем-то, а все равно уедешь”, “Я всегда на работу езжу трамваем, удобно, нет пробок”, “...всегда было холодно в транспорте”, “...на окне троллейбуса можно написать, нарисовать”;

6) дворы: “...вырос здесь”, “постоянно гуляем с ребенком”, “раньше всех знали, кто во дворе живет, гуляли, отдыхали”, “как всегда, неосвещенные, с грудой мусора”, “заснеженные”, “в каждом дворе катки, как раньше”.

Как видим, пространство повседневности в основном связано у жителей с повседневными рутинными практиками: работа, магазины, банки, транспорт. Регион, прежде всего, является местом, где происходит воспроизводство рабочей силы, производство, распределение и потребление товаров и услуг¹⁵. Исследование имиджа Волгоградского региона позволило интерпретировать маркеры повседневности через социально-экономические показатели, среди которых и опрошенное население, и эксперты выделяют депрессивное развитие региона (60,1% опрошенных), “отсутствие доверия к коррумпированной власти” (65,4% респондентов), снижение территориальной мобильности населения (36,6% участвующих в опросе “не выезжают за пределы области”), бесперспективность развития малого бизнеса (21,6% опрошенных), ограниченные возможности трудоустройства (95,5% респондентов) и достойной заработной платы (23,4% участников опроса), — что подтвердило нашу гипотезу о негативных коннотациях регионального пространства.

Информация в СМИ о положительной динамике и выходе из кризиса не соответствует оценке населения и свидетельствует о преобладании негативных оценок территориальных изменений за последнее время. Но депрессивные тенденции в изменении социального пространства региона воспринимаются жителями как повседневность, констатация. Для объяснения этой ситуации можно использовать понятие “рессентимент”, озвученное внутренним экспертом в интервью. Это такое состояние, когда человек (или общество) переживает проблему, которую он (оно) вначале не может,

¹⁵ Castells M. The informational city: economic restructuring and urban development. Wiley-Blackwell, 1991.

а потом и не хочет решить, потому что сживается с этим состоянием и начинает находить его естественным, постоянно сублимируя чувство неполноценности¹⁶. Самоаттестация и самооправдание строится в таком состоянии на двух постулатах: “Мы — серая провинция”, “Мы — неудачники, если живем здесь”, “Наш город — бесперспективен”, “Виноваты в этом другие”. При состоянии рессентимента проблематично выстраивать региональную идентичность, или следует признать, что основой ее формирования является проблемная идентификация, основанная на восприятии упадка и кризиса как повседневности.

Показательно, что по данным проведенного исследования, свое социальное самочувствие респонденты описали следующим образом: “прекрасное, очень хорошее” — 14,8%; “в целом нормальное, ровное” — 58,1% опрошенного населения; “испытываю напряжение, раздражение” — 20,3% респондентов; “испытываю страх и тоску” — 4,8%, затруднились с ответом 2% участвовавших в опросе.

Сложившиеся теоретические и методологические подходы к изучению социального самочувствия позволяют рассмотреть данную категорию как интегральную характеристику, включающую отношение респондента к окружающей действительности, реализации жизненной стратегии личности на определенной территории, рефлексии социального пространства. Социальное самочувствие — это субъективная и во многом ситуативная категория, но, тем не менее, его можно рассматривать как важный механизм рефлексивного социального знания, используемого населением в организации пространства повседневности.

В контексте данного исследования роль социального самочувствия в поведении человека выражается, прежде всего, в его регулирующей функции: становясь мотивом поведения жителей региона, обуславливая “прочтение” регионального текста и принятие/непринятие пространства региональными акторами. Так, по мнению внешнего эксперта № 30 из Санкт-Петербурга: *“Для сегодняшних жителей Волгоградский регион — скорее не привлекательный, поскольку ситуация в положительную сторону не развивается. Тот потенциал жителей Волгограда, который существует, может улучшиться, если будут приложены силы городских и региональных властей”*. О слабой привлекательности региона для специалистов высокой квалификации говорили и внутренние эксперты: *“Чтобы, допустим, свои навыки где-то, каким-то образом применить, наверное, необходим какой-то запрос, чтобы было место, где можно применить. У нас нет таких мест, у нас все встало... Люди с каким-то багажом знаний*

¹⁶ Ницше Ф. К генеалогии морали // Ницше Ф. Соч.: В 2 т. Т. 2. М., 1990. С. 424.

хотят соответствующую зарплату, уровень, им здесь такого не могут предложить” (внутренний эксперт № 33).

Полученные данные позволяют интерпретировать настроение волгоградцев в целом как апатичное, а воспринимаемое пространство — средней /слабой привлекательности, что подтвердило гипотезу исследования.

Рассматривая свойства трансграничного пространства, можно выделить рефлексивность, возможную в условиях последовательной непрерывности социальных практик в пространстве региона. Под рефлексивностью мы понимаем не просто “самосознание”, а непрерывный поток поведенческих проявлений¹⁷.

Таким образом, пространство повседневности является основой для формирования региональной идентичности как состояния соотнесенности с определенной территорией и желания взаимодействовать, связывать свое настоящее и будущее с Волгоградским регионом, образ которого СМИ формируют как “положительный, но проблемный”. Средняя/слабая привлекательность региона, постоянное акцентирование внимания только на исторических заслугах не могут восприниматься положительно жителями региона, по мнению которых: *“Пришла пора создавать новые объекты и формировать новые образы для гордости за родной край”* (внутренний эксперт № 40).

Рефлексируемое пространство повседневности региона способно аккумулироваться во времени и индивидуальных дискурсах и реконфигурироваться в пространство аффектов. Пространство аффектов связано с чувственным восприятием территории (с удовольствием или неудовольствием), “модификациями душевной жизни” взаимодействующих в нем акторов¹⁸. К маркерам пространства аффектов в Волгоградской области респонденты относят:

1. Мамаев курган, памятники мемориала: Родина-мать, Зал воинской славы, Вечный огонь, смена караула — *“Это мое любимое место в городе”, “Да, и ничего больше не надо, смотришь, как они шагают, и становишься патриотом”, “Гордость, восхищение и скорбь”, “Живем как на кладбище, в окружении памятников и памяти”, “Весь мир знает Родину-мать”*;

2. Церкви: *“их мало, но красивые”, “Звон колоколов, который звучит из монастыря, вызывает трепет”, “Город церкви украшают”, “есть храм, куда всей семьей ходим, души лечим”*;

¹⁷ Гидденс Э. Устройство общества: очерк теории структуриации. М., 2003.

¹⁸ Филиппов А. Социология пространства: общий замысел и классическая разработка проблемы // Логос. 2000. № 5. URL: http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000_2/09.html (дата обращения: 11.03.2016).

3. Городские шествия: “Мало праздников, и так понравилось театральное шествие”, “Приехал и попал на праздник. Шли по улице, в костюмах... Поэтому и приехал — радостный, солнечный город”, “самое яркое впечатление в жизни — Крестный ход”;

4. Маршрутные такси в Волгограде: “Сплошной экстрим!”, «Раньше и пробок никаких не было, а “маршруточники” — просто все “отморозки”», “самый опасный способ перемещения, неприятные пассажиры”;

5. Дороги: “...властям руки бы поотрывать”, “...как в войну”, “когда дождь, без сапог резиновых до остановки не дойти”, “Дороги — волгоградский позор: все воруют и воруют, а надо строить”.

Символическое пространство региона текстуально связано с пространством аффектов. При этом символическое пространство рассматривается нами как определенная система региональной коммуникации, позволяющая в процессе социального взаимодействия выстраивать аппрезентационные отношения, основанные на возникновении общих смыслов, интерпретаций, дискурсов, которые отражают как унаследованный и разделяемый опыт реальности повседневности¹⁹, структурирующий и нормирующий образы, социальные практики, традиции и ценности, так и вновь конструируемый региональными акторами, вызывающий состояние аффекта.

Статус города-героя, символы Сталинградской битвы являются фундаментом, на котором строится имидж Волгоградской области в глазах его жителей и всей страны. Но синергетический эффект исторического ресурса, эксплуатируемый десятилетиями, без системной политики по формированию и продвижению имиджа региона, ежегодно ограниченной вниманием власти и СМИ праздничными днями (2 февраля, 9 Мая), является причиной конфликтов смыслов, образов, символов в восприятии региона как текста. Респонденты в возрасте от 18 до 24 лет в качестве символа региона называли “танцующий мост” через Волгу, который связан с негативной информацией о проблемах в строительстве этого современного объекта в регионе, что также определялось респондентами как пространство аффектов, но воспринимаемое молодежью как коннотативно позитивное.

Эмоциональные, поведенческие реакции на пространство способны аккумулироваться во времени и вместе с интересом СМИ к негативной событийности способны порождать страхи и создавать “кумулятивный аффект”²⁰. Теракты в Волгограде, унесшие десятки

¹⁹ Кардамонов О.А. Социология символа. М., 2004.

²⁰ Леонтьев А. Н. Потребности, мотивы и эмоции, 1971. URL: <http://flogiston.ru/library/leontev> (дата обращения: 11.08.2015).

жизней в 2013 г., вызвали не только боль и волну сочувствия, но и понимание того, что война остается в нашем регионе и его пространстве как когнитивный и экспрессивный и как оценочный символ²¹ трагического и мужественного региона. “Сталинград. Возвращение”, — так описывались в СМИ события 2013 г.²², что сделало вновь востребованным и наполнило новыми смыслами аффективное пространство региона. Фонтан “Детский хоровод” на Привокзальной площади Волгограда, когда-то разрушенный во время массированных бомбардировок 1942 г. и ставший одним из символов Сталинградской битвы, был восстановлен летом 2013 г. как символ современного мирного региона, и именно он реанимировал трагический смысл пространства аффектов. Повторение ситуации, вызывающей сильные отрицательные переживания, вызвало аккумуляцию аффекта, и, позволим предположить, зафиксировало на бессознательном уровне сильную эмоционально окрашенную негативную реакцию, и спустя время происходит/будет происходить аффективное восприятие данного пространства (“аффективный взрыв”), что подтвердило и расширило гипотезу нашего исследования о возможности вытеснения пространства аффектов в сознании/реальности реципиентов (миграция).

Дуализм в восприятии, возникающие конфликты, в результате которых конструируются новые смыслы, символы, репозиционируются прежние, существующий диалог в региональном тексте являются показателями диалектической природы, конгруэнтности социального пространства.

О гибкости, изменчивости, взаимозависимости и взаимообусловленности, возможностях взаимопроникновения пространств повседневности и аффектов свидетельствуют маркеры, условно названные нами “переходниками”, которые респонденты в зависимости от общих локальных и индивидуальных смыслов, существующих практик, стереотипов, ментальностей и культур, ситуаций, информации, которая транслируется СМИ, относили к категориям и повседневности, и аффектов. Исследование выявило, что смешанное, дуальное пространство в Волгоградской области образуют:

1. Памятники: *«когда убрали на реставрацию “Комсомольцев”, сразу как-то пусто стало», “Много памятников и военных, и новых”, “...в праздники со школой ходим, этот танк рядом”, «“У танка” — это такая традиция вуза»;*

²¹ Parsons T. Action, symbols, and cybernetic control // Rossi I. Structural Sociology. N.Y., 1982. P. 163–170.

²² Ахмедова М. Сталинград. Возвращение. Как город герой на Волге снова оказался на передовой // Русский репортер. 2014. 16–23 янв. № 1–2 (329–330). С. 21.

2. Волга и Дон: “...выросли, а сейчас хорошо, что работа рядом, летом в обеденный перерыв хожу, купаюсь”, “Ну, а какой еще образ — Волга! Мы же волгоградцы”, «на “зеленую” в выходные, на Дон», “живу, окна на набережную выходят, привыкаю, а вот когда грустно, беру машину и еду на берег, все проходит”, “не смогла бы жить в городе, где нет реки”, “красивая, особенно лестница”, “набережная, как при царе Горохе”, “замечательное место встреч”, “грязь, мусор, шашлычные”, “здесь понимаю, что дома”;

3. Бродячие собаки: “Я в других городах столько бездомных собак не видел”, “не работают службы, антисанитария сплошная, мусор, бродячие собаки, бомжи”, “много брошенных животных”;

4. Школы: “всегда переживаю, когда иду в школу”, “быстрее бы ее закончить и забыть, как страшный сон”, “Это же кошмар какой-то: ни учителя, ни ученики сменную обувь не носят”, «...а наш однокурсник книгу пишет: “Институты несвободы: школа, армия, тюрьма”», “в школе все понятнее было”, “патриотизм в школах не формируется”, “не знают историю города, не учат”.

Процесс категоризации смешанного пространства предполагает рефлексию семантической насыщенности каждого элемента региональной среды, структуры регионального текста, повседневных практик пространственных оппозиций, которые структурируются по сходной системе пространственных координат²³. Нарративные (2012; N = 9) и полуформализованные интервью, данные опроса позволяют интерпретировать пространственный текст Волгоградской области, представляющий рационализированный, материальный контекст²⁴ через исторические образы, архитектурные формы, паттерны социального взаимодействия, современное состояние региона, номинированного как пространство повседневности, но интенционально аффективного, в том числе, и с учетом межпоколенческих дискурсов.

Определяя дискурс (*discursus*, позднелат. — “рассуждение, довод”) как текст, актуализация которого обусловлена множественными факторами, мы рассматриваем его как вид коммуникации, ориентированный на обсуждение и обоснование любых значимых аспектов социальных действий, мнений, высказываний участников коммуникационного процесса: “Идентичности конструируются внутри, а не вне дискурса, мы должны понимать, что они создаются в особых исторически-институциональных средоточиях в пределах

²³ Бергер П. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания. М., 1995.

²⁴ Терборн Й. Как понять города: современный кризис и идея городов без государств // Философия социологии и социальная антропология. 2013. Т. 16. № 1. С. 21, 36.

особых дискурсивных формулировок и практик при помощи особых декларативных стратегий”²⁵. Региональная идентичность определяется нами как состояние соотнесения личности с регионом, где она проживает, региональным сообществом и определенными социальными группами; это состояние вызывает желание и потребность участвовать в региональных взаимодействиях, связывать свое настоящее и будущее с развитием данного региона. Региональная идентичность является разновидностью групповой принадлежности, при которой субъект через конструирование социальной реальности сам осознает такую принадлежность к определенному региону и руководствуется ею в своем поведении как типичной необходимой практикой²⁶, поэтому она имеет позитивный и негативный вектор когнитивного, ценностного, эмоционального компонентов в своей структуре, что “естественным образом проявляется в ее деятельностной составляющей, т.е. в определенных моделях поведения членов регионального сообщества по отношению к своему региону”²⁷.

Региональная идентичность структурирует регион как текст и обеспечивает понимание и конструирование социального мира через зафиксированные значения в языке²⁸. Векторы региональной идентичности представлены в прилагательных, которыми реципиенты описывают регион и которые позволяют интерпретировать вербализацию пространства через выделенные нами категории повседневности и аффектов. Респондентами, участвующими в интервьюировании, были выбраны следующие слова: *родной, патриотичный, длинный, пыльный, грязный, культурный, застывший*. При осевом кодировании, предполагающем интенсивный анализ категории отношения, через качественные характеристики, мы расположили эти коды в порядке убывания (см. рис.).

Кроме того вербализация социального пространства выявляет взаимодополняемость и взаимосвязи пространства повседневности и аффектов, что также подтвердило гипотезу исследования об интерпретационном восприятии пространства как результата восприятия информации, распространяемой СМИ, и социального опыта региональных акторов.

²⁵ Hall S. Who needs identity // Day P. du, Evans J., Redman P. The Identity. Thousand Oaks; New Delhi, 2000. P. 17.

²⁶ Кувенева Т.Н., Манаков А.Г. Формирование пространственных идентичностей в порубежном регионе // Социологические исследования. 2003. № 7. С. 77–84.

²⁷ Еремича Е.В. Региональная идентичность в контексте социологического анализа // Регионология. 2011. № 3. URL: <http://regionsar.ru/node/781> (дата обращения: 12.03.2016).

²⁸ Йоргенсен М.В., Филлипс Л. Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков, 2008. С. 26.

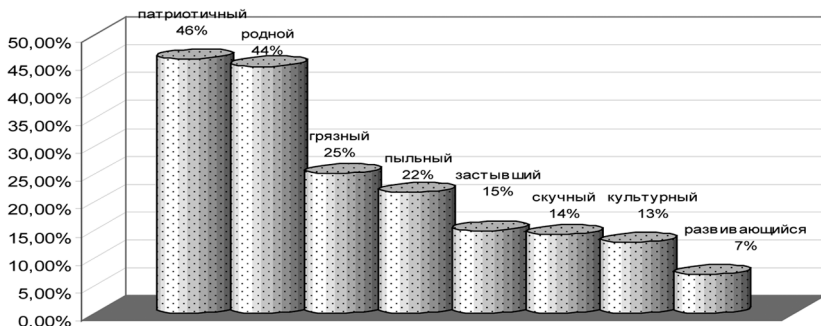


Рис. Вербализация социального пространства Волгоградского региона (в %)

Население региона, с одной стороны, гордится историческим наследием Волгоградского региона, но, с другой стороны, видит тот нереализованный потенциал, множество проблем и испытывает чувство неудовлетворенности современным состоянием региона, что, по мнению респондентов, делает регион непривлекательным как для жителей региона, так и для инвесторов и туристов. При этом большинство жителей региона проявляет желание в реконфигурации социального пространства региона, ориентируясь на существующие успехи и достоинства области, так или иначе связывая свое будущее с Волгоградской областью, формируя региональную идентичность: *“Буду учиться и жить в другом городе, но не хочу, чтобы родители уезжали из Волгограда, мне надо возвращаться домой”*, *“Вот, например, моя дочка не хочет жить в регионе, хотя родилась и выросла, и ее дочь родилась и выросла там. А мы с женой хотим. Все мечтаем вернуться домой, в Волгоград”* (внешние эксперты)²⁹.

Проведенное исследование позволило выявить основной круг вопросов и направлений исследования социального пространства, рассмотреть регион как локализацию социальных отношений, связей и взаимозависимостей, одновременно предполагающую комплементарность и сохранение социальной дистанции в “присваивании” региона. Конгруэнтность пространства повседневности и аффектов, дистанционные сближения/отдаления, динамичность и диалогичность, консенсус и конфликт значений, смыслов, объективированных в символах, конструируют региональную среду как текст, делая его полноценным субъектом социальной коммуникации.

²⁹ Дроздова Ю. А. Региональная идентичность как культурная практика: к вопросу о знании и любви к малой Родине // Девятые Ковалевские чтения. Мат-лы науч.-практ. конференции 14–15 ноября 2014 г. / Отв. ред. Ю.В. Асочаков. СПб., 2014. С. 537.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

Ахмедова М. Сталинград. Возвращение. Как город герой на Волге снова оказался на передовой // Русский репортер. 2014. 16–23 янв. № 1–2 (329–330).

Барт Р. Избранные работы. Семиотика. Поэтика. М., 1989.

Бауман З. Город страхов, город надежд // Логос. 2008. № 3 (66).

Бергер П. Социальное конструирование реальности: трактат по социологии знания. М., 1995.

Гидденс Э. Устроение общества: очерк теории структуризации. М., 2003.

Город в процессах исторических переходов: теоретические аспекты и социокультурные характеристики / Под ред. В.Л. Каганского, Г.С. Кнабе, И.В. Кондакова и др. М., 2001.

Дженкс Ч. Язык архитектуры постмодернизма / Под ред. А.В. Рябушина, Л. Хайта. М., 1985.

Дроздова Ю.А. Региональная идентичность как культурная практика: к вопросу о знании и любви к малой Родине // Девятые Ковалевские чтения. Мат-лы науч.-практ. конференции 14–15 ноября 2014 г. / Отв. ред. Ю.В. Асочаков. СПб., 2014.

Еремينا Е.В. Региональная идентичность в контексте социологического анализа // Регинология. 2011. № 3. URL: <http://regionsa.ru/node/781> (дата обращения: 12.03.2016).

Завельский А.А., Завельская Д.А., Платонов С.И. Текст и его интерпретация. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=149> (дата обращения: 27.07.2015).

Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002. № 3–4 (34).

Йоргенсен М.В., Филлипс Л. Дж. Дискурс-анализ. Теория и метод. Харьков, 2008.

Кардамонов О.А. Социология символа. М., 2004.

Кувенева Т.Н., Манаков А.Г. Формирование пространственных идентичностей в порубежном регионе // Социологические исследования. 2003. № 7. С. 77–84.

Леонтьев А.Н. Потребности, мотивы и эмоции. М., 1971. URL: <http://flogiston.ru/library/leontev> (дата обращения: 11.08.2015).

Линч К. Образ города / Под ред. А.В. Иконникова. М., 1982.

Лотман Ю. М. Семиосфера. СПб., 2000.

Ницше Ф. К генеалогии морали // Ницше Ф. Соч.: В 2 т. Т. 2. М., 1990.

Психоаналитические термины и понятия: Словарь / Под ред. Б.Э. Мура, Б.Д. Фаина. М., 2000.

Терборн Й. Как понять города: современный кризис и идея городов без государств // Философия социологии и социальная антропология. 2013. Т. 16. № 1.

Топоров В.Н. Пространство и текст // Текст: семантика и структура. М., 1983.

Филиппов А. Социология пространства: общий замысел и классическая разработка проблемы // Логос. 2000. № 5. URL: http://www.ruthenia.ru/logos/number/2000_2/09.html (дата обращения: 11.03.2016).

Шюц А. Смысловая структура повседневного мира: очерки по феноменологической социологии / Сост. А.Я. Алхасов. М., 2003.

REFERENCES

Ahmedova M. Stalingrad. Vozvrashhenie. Kak gorod geroj na Volge snova okazalsja na peredovoj // Russkij reporter. 2014. 16–23 janv. N 1–2 (329–330).

Bart R. Izbrannye raboty. Semiotika. Pojetika. M., 1989.

Berger P. Social'noe konstruirovanie real'nosti: traktat po sociologii znaniya. M., 1995.

Castells M. The informational city: economic restructuring and urban development. Wiley-Blackwell, 1991.

Drozdova Yu.A. Regional'naya identichnost' kak kul'turnaya praktika: k voprosu o znanii i lyubvi k maloj Rodine // Devyatye Kovalevskie chteniya. Mat-ly nauch.–prakt. konferencii 14–15 noyabrya 2014 g. / Otv. red. Yu.V. Asochakov. SPb., 2014.

Dzhenks Ch. Jazyk arhitektury postmodernizma / Pod red. A.V. Rjabushina, L. Hajta. M., 1985.

Eremina E.V. Regional'naya identichnost' v kontekste sociologicheskogo analiza // Regionologiya. 2011. N 3. URL: <http://regionsar.ru/node/781> (data obrashcheniya 12.03.2016).

Filippov A. Sociologiya prostranstva: obshchij zamysel i klassicheskaya razrabotka problemy // Logos. 2000. N 5 (data obrashheniya: 11.03.2016).

Giddens E.H. Ustroenie obshchestva: ocherk teorii strukturacii. M., 2003.

Gorod v processah istoricheskikh perehodov: teoreticheskie aspekty i socio-kul'turnye karakteristiki / Pod red. V.L. Kaganskogo, G.S. Knabe, I.V. Kondakova i dr. M., 2001.

Hall S. Who needs identity // Day P.du, Evans J., Redman P. The Identity. Thousand Oaks; New Delhi, 2000.

Jorgensen M.V., Fillips L.Dzh. Diskurs-analiz. Teorija i metod. Har'kov, 2008.

Kardamonov O.A. Sociologija simvola. M., 2004.

Kuveneva T.N., Manakov A.G. Formirovanie prostranstvennyh identichnostej v porubezhnom regione // Sociologicheskie issledovaniya. 2003. N 7. S. 77–84.

Leont'ev A.N. Potrebnosti, motivy i jemocii. M., 1971. URL: <http://flogiston.ru/library/leontev> (data obrashheniya: 11.08.2015).

Linch K. Obraz goroda / Pod red. A.V. Ikonnikova. M., 1982.

Lotman Ju.M. Semiosfera. SPb., 2000.

Meyer-Sickendiek B. Affektpoetik. Eine Kulturgeschichte literarischer Emotionen. Würzburg, 2005.

Nicsh F. K genealogii morali // Nicsh F. Soch.: V 2 t. T. 2. M., 1990.

Parsons T. Action, symbols, and cybernetic control // Rossi I. Structural Sociology. N.Y., 1982.

Pile S. Real cities: modernity, space and the phantasmagorias of city life. L., 2005.

Psihoanaliticheskie terminy i ponjatija: Slovar' / Pod red. B.Je. Mura, B.D. Faina. M., 2000.

Shjuc A. Smyslovaja struktura povsednevnogo mira: ocherki po fenomenologicheskoj sociologii / Sost. A.Ja. Alhasov. M., 2003.

Terborn J. Kak ponjat' goroda: sovremennyj krizis i ideja gorodov bez gosudarstv // Filosofija sociologii i social'naja antropologija. 2013. T. 16. N 1.

Toporov V.N. Prostranstvo i tekst // Tekst: semantika i struktura. M., 1983.

Zavel'skij A.A., Zave'skaja D.A., Platonov S.I. Tekst i ego interpretacija. URL: <http://www.textology.ru/article.aspx?aId=149> (data obrashhenija: 27.07.2015).

Zimmel' G. Bol'shie goroda i duhovnaja zhizn' // Logos. 2002. N 3–4 (34).