

СИМВОЛИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО БОЛЬШОГО ГОРОДА



О.Л. Лейбович,
доктор исторических наук,
профессор кафедры
культурологии,
Пермский государственный
институт искусств и культуры

В статье тема города представлена в терминах символического пространства урбанистического мифа. Содержание символов рассматривается в контексте социальных практик различных сообществ, «собирающих» городской космос. Существенной стороной этих практик является персонализация отдельных элементов городской среды, их наделение сугубо личностными ценностями. По своему генезису символы городской культуры принадлежат традиционалистскому обществу. Они обладают свойствами социального архетипа: устойчивостью к социокультурным переменам, наследуемостью, эмоциональным выражением, иррациональностью. Новые арт-объекты отторгаются множеством горожан по той причине, что они воспринимаются как покушение на освященное традицией прошлое.

В ожесточенных спорах о новых арт-объектах в Перми есть видимые стороны. Оппоненты культурному проекту утверждают, что «яблоки», «ворота» и «красные человечки» – это дорого, пошло, некрасиво. Инициаторы размещения в центре города временных инсталляций придерживаются, естественно, противоположной точки зрения. На первый взгляд, острота дискуссии определяется разностью эстетических принципов, исповедуемых и проповедуемых ее участниками: партизаны* актуального искусства бросают вызов консерваторам, отнимая у последних и экономические ресурсы. Как заметил однажды высокопоставленный французский чиновник культурного ве-

домства: «В сфере культуры диспуты длятся тем дольше, чем меньше денег выставлено на кону» [9, с. 2909].

Этот момент присутствует в местных спорах о правильном образе городского пространства, однако на самом деле противоречия глубже. Речь идет о различных интерпретациях города как особого символического пространства, аккумулирующего в себе «...святыни, священные объекты, ценности, принципы, заповеди, т.е. все, что рождает желания, мотивы, интересы, стыд, страхи и т.д.» [5, с. 144].

Уподобим городское символическое пространство городскому мифу – специфическому тексту, в котором слова чередуются со знаками, архитектурные соору-

* Здесь мы используем этот термин в его изначальном значении – убежденные приверженцы какой-либо идеи, активные сторонники какого-нибудь лица (клана или группировки), самоотверженно отстаивающие его интересы.



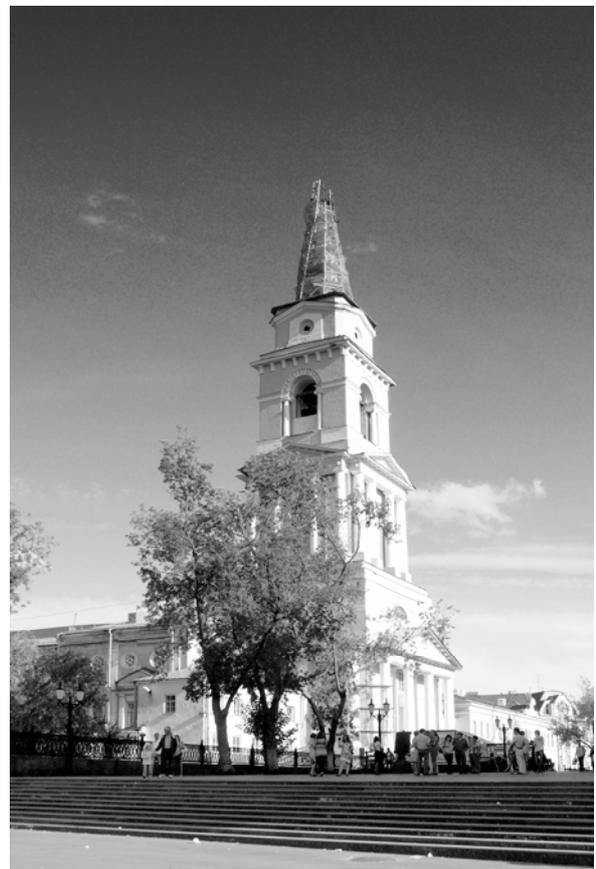
жения с ландшафтами. Время движется по кругу так, что близкими соседями оказываются персонажи, принадлежащие к самым разным эпохам. У этого текста множество соавторов: рассказчиков и слушателей одновременно, и погружение в него является условием принадлежности к коллективному городскому сообществу. Каждый отдельный символ, в конечном счете, согласован с этим мифом. С некоторым преувеличением можно представить символ как *свернутый* до одного единственного знака городской миф. Преувеличение заключается в том, что городской миф – произведение современной, а не архаической эпохи. И по этой причине, во-первых, он поддается самым разным интерпретациям; во-вторых, обособленные слои населения и даже отдельные индивиды создают собственную мифологию.

«Существование местных символов: название поселений, примечательные архитектурные сооружения или исторические события, а также частое употребление этих символов в средствах массовой информации, – играет важную роль в формировании чувства локальной принадлежности» [19, с. 52].

Приведенное суждение замечательно тем, что в нем в лапидарном и безыскусном виде представлен весь круг идей, касающихся символического значения города: имманентность городской символичности, ее основные элементы и функциональное предназначение. Основные дискуссии начинаются, однако, по вопросу, что является источником возникновения и воспроизводства городского символического пространства: его предметное и (или) вербальное наполнение или повседневная деятельность горожан, реализующих собственные потребности в урбанистической среде.

«Город не имеет значения сам по себе, за пределами практики, в которой участвуют люди в определенное время и в определенном месте» [17, с. 12].

Простота этого определения кажущаяся. Практика, к которой апеллирует французский социолог, явно не ограничивается серией социально детерминированных действий, при помощи которых горожанин реализует собственные сугубо материальные потребности. В ее состав, кроме того, входят личностно и социально ориентированные акты, как обеспечивающие



коммуникацию внутри территориального сообщества, так и выражающие его идентификационные, а с ними и презентационные характеристики. Иначе говоря, городские практики отнюдь не ограничены предметной деятельностью в заданных экономических координатах. Они шире по объему и глубже по содержанию. Тем более, что сами эти практики обладают ярко выраженной внутренней дихотомией между приватными и публичными формами своей реализации: «Город – это поселение, в котором повсюду, в том числе и в повседневной жизни, проявляется тенденция к поляризации между общественным и частным» [8, с. 38].

Общее содержание всех указанных актов, осуществляемых жителями большого города, может быть представлено в виде противоречивого, разноуровневого, социально дифференцированного и дискретного процесса присвоения и освоения городской среды – процесса, развернутого во времени. Для того чтобы какой-либо элемент городского среды приобрел символическое значение, недостаточно объявить его таковым, или сделать его инструментом социальных практик. В противном случае каждый вновь открытый магазин или установленная в сквере скамейка становились бы очагом городской идентичности, «святыней» нового времени. Необходимым условием символизации следует считать включенность магазина, или той же скамейки, в городской миф, придания им дополнительных значений, чудесных свойств, установление связи с иными символами города.

Для понимания этого мифа важно обратиться к характеристике самой городской среды как сложной социокультурной конструкции, для которой свойственно далеко идущее переплетение исторических и мифологических начал, овеществленных и неовеществленных элементов, хозяйственных, политических, религиозных и эстетических скреп. Подчеркнем также то обстоятельство, что сама городская среда является только автономным звеном большой общественной системы. Для сторонников деятельностного подхода такая точка зрения является ак-

сиоматичной: «Не может быть пространственной теории, которая не входила бы интегральной частью в генеральную общественную теорию» [10, с. 152]. Причем, автономность города не велика: «И хотя он /город – О.Л./ некоторые вещи до какой-то степени фильтрует, то все то, что фильтр пропускает, носит надлокальный характер» [15, с. 100].

С этой точки зрения в буржуазном обществе экономическое содержание городской среды тождественно социальной инфраструктуре или, по-другому, коллективным средствам потребления, обеспечивающим и поддерживающим процесс обращения капитала [16]. Такая исследовательская позиция позволяет объяснить природу городских социокультурных конфликтов, обнаружить логику сменяющих друг друга жизненных ситуаций. Однако было бы неверно редуцировать индивидуальные и групповые практики присвоения городской среды к конкурентным формам коллективного потребления школ, больниц, тротуаров, кинотеатров, трасс, водопроводных и канализационных путей. Неверно, потому что в такой схеме горожанин идентифицируется с безличным и внеисторичным экономическим индивидом, актером, действующим строго в соответствии с ролью, предписанной ему рынком. Напротив, житель постсоветского большого города часто проявляет свою социальную активность по сценарию, подготовленному и разученному в социалистическую эпоху. Он демонстрирует прежние статусы и применяет отжившие социальные инструменты [3, с. 99]. Заметим, что и горожанин, адаптированный к сугубо рыночной среде, столь же мало похож на одномерного homo economicus, как и его российский собрат. Горожанин, о чем некогда писал Р. Кениг, руководствуется скорее коллективными представлениями, принятыми в сообществе, нежели сугубо экономическим расчетом [14, с. 94]. Смысловая наполненность его поступков, как уже упоминалось ранее, несводима к экономической выгоде.

Здесь представляется уместным обратить внимание и на то, что потребление

городской среды индивидом включает в себя момент ее персонализации, то есть наделения некоторых ее территориально определенных единиц свойствами коллективного или индивидуального владения в его самом непосредственном, эмоционально переживаемом виде [7, с. 41]. Это мое, потому что это часть меня, мое физическое или социальное продолжение [6, с. 23–24]. Предметом персонализации может стать и частное пространство: квартира, садик, и пространство публичное: школа, квартал, двор, кафе, аллея в городском парке и т.п. Горожане, как было замечено социологами, выбирают их в соответствии со своими социальными, возрастными и гендерными позициями [20]. Персонализация означает наполнение сегментов городской среды дополнительным ценностным содержанием.

Представляется избыточным упрощением описывать такие практики в терминах экономической социологии или обнаруживать в них, вслед за С. Яловецким [15, с. 215], превращенные формы коллективного или индивидуального потребления. В них преобладают доэкономические, традиционалистские или сугубо архаические образцы поведения, в которых не выражены различия между собственным телом и его природным окружением.

Персонализация воплощает в себе наиболее зрелые, личностно ориентированные формы присвоения городской среды. Обратим внимание и на то обстоятельство, что в ней проявляются упомянутые выше групповые предпочтения. Персонализация так же, как и иные социальные действия, регулируется принятыми в сообществе поведенческими матрицами.

Было бы неверным представить дело таким образом, что персонализация завершает процесс освоения городской среды. Она не итог, но составная часть постоянно возобновляемых практик, подверженная изменениям в той же степени, что и все остальные. Динамика процессов освоения городской среды поддерживается, кроме всего прочего, и ее собственной внутренней дихотомией. Индивид, производящий акт присвоения, одновременно совершает и акт отчуждения, благодаря

которому сохраняется его идентичность, а с нею гражданские права и свободы. Персонализация не отменяет отчуждения. Она не запрещает горожанину ценить и использовать свободы, «... которые рождены тем, что он знаком не со всеми людьми, с которыми сталкивается» [11, с. 326].

Гипотетическое предположение о том, что символы являются продуктом социальной деятельности горожан, может быть принято в том случае, если будут учтены следующие моменты. Из всех видов городской практики важнейшим в производстве городской символики является процесс персонализации, не сводимый к потреблению городской среды в целом или ее отдельных компонентов. Персонализация, в свою очередь, предполагает не только наделение отдельных объектов городской среды ценностно ориентированным значением, но и возможность их новой номинации. Последняя необходима в том случае, если индивид намеревается установить коммуникацию со своим ближайшим и дальним окружением по поводу произведенного им акта присвоения. В иных ситуациях старому имени приписываются иные смыслы в соответствии с тем алгоритмом, которым руководствовались книжники раннего средневековья, убежденные в том, что «чувственный мир не был чем-то большим, нежели только личиной, за которой скрывались действительно важные вещи, либо словом, призванным при помощи знаков выражать более глубокую реальность» [1, с. 99].

Оборотной стороной персонализации можно считать условную, ограниченную, но, тем не менее, реальную тенденцию к созданию общих коллективных форм поведения, соответствующих общему представлению о правильном отношении к городу. Согласимся с мнением А. Валлиса: городское пространство интегрирует в себе «...различные ценности: экономические, художественные, сакральные, культурные, в т.ч. и в виде определенных обычаев, поступков и ситуаций» [22, с. 37].

Городские символы – это продукт исторической практики, подвергшийся про-

цедуре хабиутализации, в ходе которой его индивидуальные моменты утратили свою значимость в обмен на признание со стороны территориального сообщества. Последнее производит отбор городской символики в соответствии с правилами, принятыми большим обществом, или признанными им же традициями. В конечном счете, речь идет об институализации изначально персональных практик, придании им значений, кажущихся необходимыми для сплочения городского сообщества, по своей природе социально и культурно разделенного.

«Сознательная идентификация ряда поколений в течение столетий с одним и тем же, общим для них произведением искусства, символически воплощающим в себе высшие ценности, выступает мощным фактором, интегрирующим общественность города, а затем и страны, несмотря на время и социальную дифференциацию; фактором, который объединяет город с его прошлым» [21, с. 107].

Речь идет о конструировании воображаемых сообществ, так как «все попытки создать из горожан общину закончились крахом» [12, с. 257]. В иллюзорном объединении социально далеких горожан заинтересованы и власть, и сами горожане, не способные «...брать социальный мир ... таким, какой он есть» [2, с. 65].

Символизация есть не что иное, как рационализация традиционалистских по своей природе практик, воспроизводство и тиражирование архетипических элементов коллективного сознания.

В процессе символизации участвуют отдельные индивиды, частным образом производящие персонализацию сегментов городской среды; социальные сообщества, готовые при определенных условиях принять в переработанном и обновленном виде новые значения и смыслы; а также власти, производящие окончательный отбор городской символики или иницирующие ее создание.

Кроме весьма условной и зыбкой интеграции городских сообществ, символы выполняют иную функцию. Они позволяют горожанам ориентироваться в городском пространстве: находить нужные уч-

реждения, выбирать правильный общественный транспорт, назначать места встреч. Именно символы маркируют территорию города, в том числе и по статусным характеристикам: отделяют центр города от его периферии, указывают на специализацию отдельных районов, или кварталов, подсказывают общественное положение случайного собеседника. Более того, в названиях улиц и площадей содержится весь городской пантеон, указывающий на исторические и политические пристрастия горожан.

Формирование символического пространства города – процесс непрерывный. Старые символы теряют свое значение. От них остается только имя, не обладающее никакими коннотациями, за исключением сугубо повседневных, либо происходит переосмысление символа: старому имени придается новое значение. Появляются новые символические объекты. И здесь главным оказывается вопрос о процедуре институализации: насколько власть должна быть расторопной в переименовании улиц, в установке новых памятников, в праздничных акциях и пр. Возможны ситуации, когда именно власть играет решающую роль в символизации городского пространства. Это происходит или в случае социальной катастрофы, когда подвергаются разрушению гражданские институты, или в условиях подавления всех и всяческих социальных инициатив со стороны властвующих государственных учреждений. Во все остальные периоды власть только производит обряд легитимации, утверждая подсказанное городским сообществом имя, украшая и обустривая найденные тем же сообществом места. В обстановке социальной неопределенности, вызванной погружением разобщенных и разрозненных индивидов в сугубо частные дела, персонализация окружающей среды не получает достаточного социального одобрения. Иначе говоря, процессы символизации оказываются локальными и незавершенными. Для институализации символических перемен не хватает общественных импульсов.

Тем не менее, символическое про-

странство большого постсоветского города существенно обновилось. «С одной стороны мы видим многочисленные памятники социалистической эпохи: монументы, архитектурные сооружения, мемориальные центры, с другой – восстановленные православные храмы и яркую вездесущую коммерческую рекламу» [4, с. 55]. В условиях общественного и политического кризиса происходит своеобразная регенерация старых символов. Для поборников социализма, как, впрочем, и для их идейных противников, и памятник Ленину, и улица Коммунистическая приобретают первоначальное значение. Демолитизированная масса населения видит в старых названиях связь с ушедшим миром, неукорененность перемен. Двойственность городской символики: казино на Комсомольском проспекте, коммерческий банк на улице Ленина, скорее, дезориентируют горожан, нежели помогают им распознать координаты нового социального мира. Противоречивость городской символики можно считать явлением преходящим.

Со временем процессы хабиутализации снимают остроту восприятия, помещают имена, праздники и сооружения в новый культурный контекст, заново редактируя их символическое значение. Тем более что символика буржуазного города тяготеет к центрам торговли и досуга. «Если не хватает средств для представительных новостроек и глубокой модернизации, то по крайней мере центральные улицы и площади можно перестроить в уютную городскую гостиную, сделать их привлекательными для прохожих» [13, с. 22].

Подведем итоги. Символизация городского пространства представляет собой составную часть непрерывного процесса присвоения городской среды частными индивидами. Процесс присвоения предполагает выделение из городской среды определенных элементов, сопровождающееся присваиванием им дополнительных непотребительских значений с соот-

ветствующим наименованием. Эти элементы городской среды приобретают символичный статус, если в процессе социальной коммуникации они будут признаны территориальными сообществами и (или) легитимированы властями. По своему генезису символы городской культуры принадлежат традиционалистскому обществу. Они обладают свойствами социального архетипа: устойчивостью к социокультурным переменам, наследуемостью, эмоциональным выражением, иррациональностью. В своей целостности указанные символы образуют городской миф, то есть передаваемое от поколения к поколению, от одного индивида к другому постоянно возобновляемое и обновляемое повествование о городской жизни, в котором запечатлен величавый и привлекательный образ города.

Городская символика может быть инструментализирована в социальных и политических целях. С ее помощью осуществляется ускоренная ориентация в городском пространстве, производится процедура опознания по логике «свой – чужой», наконец, устанавливаются опоры для строительства воображаемого городского сообщества. В переломные эпохи наблюдается двойственность городского символического пространства, оказывающая дезориентирующее воздействие на горожан. Городские символы парадоксальны по своей природе. Символьное восприятие мира, свойственного традиционной культуре, генерируется и воспроизводится современными машинизированными и урбанизированными практиками.

С этой точки зрения новые арт-объекты отторгаются множеством горожан по той причине, что они воспринимаются как покушение на мифологизированное прошлое и, одновременно, как образы отчужденной действительности, как порождение опасных социальных практик, как знаки доминирования не принятых коллективным сознанием новых элит.

Библиографический список

1. Блок М. Феодальне суспільство. – Київ: Всесвіт, 2002.
2. Бурдье П. Социология политики. – М.: Socio-Logos, 1993.
3. Лейбович О., Кабацков А., Шушкова Н. Большой город в постсоветском пространстве // Мир России. – 2004. – № 1. – С. 91–105.

4. Национальный вопрос в городском сообществе. – Пермь: изд-во ПГТУ, 2003.
5. Розов Н. Превращение населения в народ: принципиальная схема // Отечественные записки. – 2012. – Т. 46 (1). – С. 143–159.
6. Хейдеметс М. Пространственный фактор в межличностных отношениях // Человек – среда – пространство. – Тарту, 1979. – С. 4–28.
7. Хейдеметс М. Социально-психологические проблемы жилой среды // Человек – среда – общение. – Тарту, 1980. – С. 26–49.
8. Bahrdt H.P. Die moderne Großstadt. Soziologische Überlegungen zum Staedtebau // Reinbek bei Hamburg: Rowohlt, 1961.
9. Blanc M. Cultural Policies against Social Inequalities in «Disadvantaged» Neighbourhoods: the French politique de la ville in Strasbourg // Soziale Ungleichheit, kulturelle Unterschiede: Verhandlungen des 32. Kongresses der Deutschen Gesellschaft für Soziologie in München. Teilbd. 1 und 2. Rehberg, Karl-Siegbert (Ed.) S. 2907-2914. ; Frankfurt am Main: Campus Verlag GmbH, 2006 [conference paper] // <http://nbn-resolving.de/urn:nbn:de:0168-ssoar-143291>.
10. Castells M. La question urbaine. – Paris: François Maspero, 1972.
11. Daseinsformen der Grosstadt : Typische Formen sozialer Existenz in Stadtmitte, Vorstadt und Gürtel der industriellen Großstadt. Tübingen : Mohr, <Siebeck>, 1959.
12. Drewermann W. Intelligenz, Phantasie und Macht fuer die Planung von Stadt und Land. – Berlin, 1977.
13. Durth W. Die Inszenierung der Alltagswelt. Zur Kritik der Stadtgestaltung. – Braunschweig Vieweg, 1977.
14. Handbuch der empirischen Sozialforschung. – Bd.11. – Stuttgart: Ferdinand Enke Verlag, 1977.
15. Jalowiecki St. Wartosc jako kategoria sociologiczna // Kultura I spoleczenstwo. – 1976. – N 4. – S. 205–218.
16. Knigge R. Infrastrukturinvestitionen in Großstädten. – Stuttgart: Kohlhammer, 1975.
17. Ledrut R. Les images de la villes. – Paris: Editions Anthropos, 1973.
18. Oswald H. Die überschätzte Stadt. Ein Beitrag der Gemeindefsoziologie zum Städtebau. Freiburg / Olten De Gruyter (Dissertation), 1966.
19. Pieper R. Die Soziologie im Städtebau. Eine Einführung für Architekten, Stadtplaner und Sozialwissenschaftler. – Stuttgart, 1979.
20. Siewert T. Stadtvorstellungen // Bauwelt, 1966. – H. 9. – S. 704–713.
21. Wallis A. Socjologia i ksztaltowanie przestrzeni. – Warszawa: PIW, 1971.
22. Wallis A. Socjologia przestrzeni Warszawa: Niezależna Oficyna Wydawnicza, 1990.