

Секция «Социология»

Восприятие жителями городского пространства: визуальный образ города
Сущенко Ольга Александровна

Студент

Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова,

Социологический факультет, Москва, Россия

E-mail: saylo93@mail.ru

В настоящее время анализ урбанистической культуры и социального пространства города так или иначе связан с проблемой визуального, точнее визуального образа. Под визуальным образом понимается сложно организованный знак, включающий в себя совокупность интеллектуальных, ценностных, этических, эстетических моментов, самоорганизующихся в сознании посредством ассоциативной связи [4].

П. Штомпка пишет о том, что возникновение городов, а теперь и ярко выраженное доминирование городского образа жизни во многих развитых обществах означает несравнимо более богатую и дифференцированную визуальную среду жизни [5].

Образ города – понятие, связанное с городским социальным пространством и коллективной идентичностью. Связывая пространство вокруг себя со значимыми событиями как в своей жизни, так и в более широких исторических рамках, человек придает ему определенный смысл, конструирует его, фактически создает пространство, которого не было до того момента, как человек его не описал тем или иным образом, не включил в ту или иную канву событий [2]. Именно это свойство пространства быть прочувствованным, представленным и далее описанным людьми является важным, т. к. оно позволяет говорить о существовании некоторых коллективных общих образов одного и того же пространства, например, города. По мысли семиотика-архитектора Кевина Линча, широко использовавшего концепт образа города, обобщенный образ города складывается из индивидуальных; несмотря на то, что индивидуальные образы могут сильно различаться, в них всегда оказывается некое ядро, которое и позволяет составить обобщенный образ[1].

Образ города связан с восприятием, с опытом, с окружением, с ассоциациями и воспоминаниями. В создании образа участвуют различные взаимодействующие чувства. Образы города конструируются через знания, воспоминания, эмоции, т. е. конструирование социального пространства и есть по факту создание его образа. Однако часто в одном и том же месте сосуществуют вещи, которые, казалось бы, могут дать абсолютно противоположные интерпретации пространства. Выбор зависит от конкретного наблюдателя, от того, турист ли он, например, или местный житель, от его знаний, опыта и взглядов. Важно помнить, что один образ не может дать полной картины, невозможно создать точное описание реальности, можно создать только одну из моделей.

Эдвард Сойа говорит, что «человеческое общество и, в сущности, все формы социальных отношений и социальной жизни возникают, развиваются и меняются в материально реальном и социально воображаемом контексте городов» (Сойа 2008:133–134), т. е. «социально воображаемый контекст», видимо, можно назвать синонимом образа города, потому что, действительно, каково бы ни было материальное окружение, в итоге все равно его восприятие и интерпретация очень сильно зависят от знаний людей об этом месте, об исторических, культурных, политических и прочих составляющих, от

эмоций, вызываемых этим местом, заключенных в символах и воспоминаниях, соответственно, действия или формирование каких-то убеждений в итоге будут основываться на именно этом социально воображаемом контексте.

В городском пространстве сосредоточено огромное количество визуальной информации, которую часто мы различаем только по цвету, не успевая схватить суть текстовой информации. Городское пространство насыщено огромным количеством рекламы, вывесок, плакатов самых разнообразных цветов и оттенков, которые быстро переключают внимание с одного объекта на другой, тем самым давая разнообразие глазу. Городу присуща полифония визуального ряда. Современное городское пространство настолько насыщено образами и знаками визуального порядка, что следует говорить о выстраивании своеобразной парадигмы их интерпретации.

Литература

1. Линч К. Образ города / Пер. с англ. В.Л. Глазычева. М.: Стройиздат, 1982.
2. Мокроусова А. К. Образы города как ресурс анализа социального пространства // Журнал социологии и социальной антропологии. 2012. Т.XV. №3. С.173-181.
3. Со́йа Э. Как писать о городе с точки зрения пространства? // Логос. 2008. №3 (66). С. 130–140.
4. Храпова В.А., Власова Я.М. Неистовство цвета: визуальные образы современного города // Социология города. 2010. №4. С. 12-14.
5. Штомпка П. Визуальная социология: фотография как метод исследования. М.: Логос, 2007.