



своеобразие модернизационного проекта России путём обращения к тем моментам исторического развития, которые демонстрируют превосходство её цивилизационных характеристик над основными политическими конкурентами;

4) исходя из этого, целью модернизации в России является не достижение уровня развития, свойственного модернизированным западноевропейским обществам, а легитимация существующего социального и политического порядка, сознательно противопоставляемого альтернативным формам социального бытия. Используемая стратегия конфигурирования пространства памяти может быть названа *имперской* в силу того, что единство отдельных топосов прошлого достигается за счет поиска исторических оснований централизации и универсализации современного российского социального и культурного пространства.

*Статья выполнена при финансовой поддержке РГНФ, проект «Духовно-нравственные основы межкультурного диалога России и Китая в условиях глобализации» (№ 12-33-09003).*

## Примечания

- 1 См.: Гавров С. Н. Модернизация во имя империи. Социокультурные аспекты модернизационных процессов в России. М., 2004. С. 23.
- 2 Калинин И. Археология национального знания // Неприкосновенный запас. 2012. № 1. С. 15.
- 3 Эйзенштадт Ш. Революция и преобразование обществ. Сравнительное изучение цивилизаций. М., 1999. С. 100–101.
- 4 Гавров С. Н. Указ. соч. С. 7.
- 5 Копосов Н. Е. Память строгого режима. История и политика в России. М., 2011. С. 13–14.
- 6 Там же. С. 20.
- 7 Калинин И. Ностальгическая модернизация : советское прошлое как исторический горизонт // Неприкосновенный запас. 2010. № 6. С. 24.
- 8 См.: Halbwachs M. The Collective Memory. N.Y., 1950. P. 48–49.
- 9 Ср. понятие «supra-identity» у А. Янова (см.: Янов А. Цивилизационная неустойчивость России // Неприкосновенный запас. 2003. № 3. С. 112–117).

УДК 008.001

## СОЦИОКУЛЬТУРНОЕ ПРОСТРАНСТВО МАЛОГО ГОРОДА: ОПЫТ ИЗУЧЕНИЯ МЕНТАЛЬНЫХ КАРТ ГОРОДА БУЗУЛУКА



Н. В. Барабошина

Бузулукский гуманитарно-технологический институт  
(филиал) Оренбургского государственного университета  
E-mail: baraboshina@mail.ru

Статья посвящена определению специфики социокультурного пространства малого города Бузулука, расположенного на границе Оренбургской и Самарской областей. Использована методика ментальных карт, которая позволяет через фиксацию физических объектов городского пространства воспроизвести и структурировать социокультурное пространство города и значимое пространство личности в этом городе.

**Ключевые слова:** малый город, пространство малого города, форма города, городская среда, ментальная карта, публичная сфера, приватная сфера, креативное городское пространство.

### Sociocultural Space of a Small town: Studying Experience of Buzuluk Mind Maps

N. V. Baraboshina

The article deals with the problem of the sociocultural specific of a small town Buzuluk located on the border of Orenburg and Samara regions. The author describes an actual technique of mind maps which allows to

reproduce and structure sociocultural space of the town and significant space of the personality in it through fixing of physical objects.

**Key words:** small town, space of the town, town form, urban environment, mind map, public sphere, private sphere, creative town space.

В наше время в эпоху глобализации российские города стали местом концентрации новых экономических, политических, социокультурных процессов. В связи с глобализационным сжатием «пространства и времени»<sup>1</sup> пространство отдельного города все более теряет свое значение. Исследователи предполагают, что социокультурные трансформации в городах заданы требованиями транснационального капитала (ТНК), мировой торговли. Глобальные города стали базами для международных операций ТНК, «командными пунктами» крупных финансовых



компаний для определения системы производства и руководства рынком сбыта. Они не имеют ничего общего с «местом» города и с городским пространством, все больше переходя в пространство виртуальное<sup>2</sup>.

В этой связи особую актуальность приобретает изучение пространства малого города, слабо или в деформированном виде подверженного этим изменениям. Малый город, формируя своеобразные пространственные феномены, демонстрирует пример не только физической, но и ментальной близости человека и «места» (пространства города). Оно не столь насыщено товарами, услугами, благами, нежели пространство мегаполиса, но определяет комфорт городской организации как сложного взаимодействия природных, материальных, политических, социальных и культурных факторов.

Уже К. Линч различал реальное городское пространство и «образ города», возникающий в сознании горожан<sup>3</sup>. В отечественной науке интересны исследование Н. Ю. Замятиной, посвященное анализу ментальных представлений о конкретном географическом месте<sup>4</sup>, изучение пространства России с помощью метода ментальных карт<sup>5</sup>, проект «Трансформация городского пространства и мобильность населения» (2008–2009 гг., Екатеринбург)<sup>6</sup>.

Большинство исследователей отмечают, что улицы, районы, памятники имеют для человека ценностный смысл, формируя особое пространство (облик) города, создавая городскую среду. Город можно описать, только увидев смыслы, которыми наделяют пространство сами жители, так пространство города обретает качество городской среды. Зафиксировать эти смыслы пространства можно используя метод ментальных карт (mindmap), представляющих собой изображения местности, выполненные информантом по просьбе исследователя. Так, С. Милграм просил парижан нарисовать карту города, на которой они могут обозначить все его элементы, которые придут на ум: памятники, площади, отдельные кварталы, улицы и т.п. Участников предупреждали, что набросок должен выражать их видение города, а не представлять собой туристическую карту<sup>7</sup>. В нашем исследовании студенты Бузулукского гуманитарно-технологического института изображали на карте города то, что в большей степени актуализировано в их жизненном мире, и то, что они считают знаковым для города; было подготовлено 30 ментальных карт города.

Обратимся к рассмотрению ментальной карты жителя малого города Бузулука: особое внимание студенты уделили обозначению путей сообщения – дорог (28 упоминаний на карте), вокзала (21), остановок (7), мостов (городской виадук, связывающий две части города, – 21), транспортных развязок (4), автозаправочных

станций (3). Создается впечатление, что респонденты обозначают «пути отступления» из города, воспринимают его как своеобразный транзитный пункт. Пожалуй, это наиболее точно обозначенные элементы городского пространства, при этом границы города не отмечены как смыслообразующие, значимые линии. Во многом это связано с тем, что провинциальные города слиты в сознании их жителей с пригородами: обозначая городское пространство, студенты указывали на наличие садов, огородов, дач как элементов пространства города, находящихся за его пределами.

Система районирования на картах отражена слабо: в лучшем случае присутствуют границы микрорайонов (5), а районы не обозначены. Это можно объяснить тем, что пространство малого города в сознании его жителей изначально слабо расчленено. Большие города демонстрируют бесконечно усложняющуюся «форму» города, наличие элементов избыточного благоустройства – фонтаны, набережные, торговые и спортивные центры. Именно эти элементы позволяют структурировать пространство в сознании горожанина. Малые города могут только сохранять «форму» города, по мере сил реконструируя советский набор элементов: дворец культуры, кинотеатр, здание администрации, центральная площадь, Вечный огонь. Районирование такого города протое, в котором можно определить только центр и его окраины.

Во внутреннем пространстве малого города можно проанализировать две смысловые зоны – приватную и публичную. По формуле Г. П. Бардта, «город — это поселение, в котором повсюду, в том числе и в повседневной жизни, проявляется тенденция к поляризации между публичным и приватным»<sup>8</sup>.

Во многом пространство города определяется потребностями человека, поэтому в поле зрения гражданина оказываются наиболее полезные для него объекты и пути их достижения, связанные с обеспечением его жизнедеятельности. Они и составляют утилитарное пространство города: школа (обозначена на 15 картах), институт (23), больницы (7), банки (3). Доминирующими точками городского ландшафта стали магазины (21), гипермаркет «Магнит» (10), рынки (2). Такое диспропорциональное преобладание сферы потребления и практически полное отсутствие на ментальных картах сферы производства (завод тяжелого машиностроения – 2) не может не привлечь внимания исследователя.

На наш взгляд, в современных условиях крупные промышленные предприятия, которые в большинстве малых городов переживают не лучшие дни, перестают определять пространственные координаты города. Границы городского пространства размываются, теряют всякую ценность: доминантами становятся торговые центры,



где горожанин потребляет товары и услуги, чтобы обрести некое подобие «смысла» быть горожанином. Эту особенность социокультурного восприятия города как торгового центра прослеживает Ж. Бодрийяр, отмечая, что гипермаркет служит пространством «операционной симуляции социальной жизни»<sup>9</sup>.

Еще один круг пространства представлен собственно приватной зоной. Основным контрапунктом, организующим приватную зону, становится дом: родительский (24), родственников (17), друзей (12), знакомых (3) и т. д. Ценность «дома» для провинциального человека очень велика: именно дом, а не место работы определяет успешность жизни. Это подтверждается и многочисленными глубинными социологическими интервью, взятыми у студентов Бузулукского гуманитарно-технологического института в 2010–2011 гг.<sup>10</sup>.

Публичная сфера в пространстве малого города очень слабо выражена. Основными ее элементами выступают центральная городская площадь им. Ленина (13), здание администрации (7), здание налоговой инспекции (1). Следует отметить, что эти объекты, обозначенные на ментальных картах, фиксируют места пребывания молодых горожан («перед Белым домом», «под Лениным»), – места их встреч и прогулок. Так, объекты публичной общественно-политической сферы выступают в качестве мест проведения досуга.

Креативное пространство малого города также слабо представлено, а значит – подменено сугубо эксплуатационным. Если попытаться проанализировать публичное пространство, которое сложилось в Бузулуке, то понятие «thirdplace» (креативное, субкультурное «место») в нем практически отсутствует. Молодые жители города затрудняются с определением самого понятия досуга, в лучшем случае говоря о «просиживании» в социальных сетях, просмотре фильмов, упоминается и традиционное времяпрепровождение: «пройтись с друзьями», «погулять», «пообщаться». Местом такого общения является центральный парк (12), аллея (8). На ментальных картах в небольшом количестве представлены кафе (7), ночные клубы (4). Пытаясь воссоздать досуговое пространство города, студенты обозначали стадионы (11), спортивные центры (2), бассейн (8), спортивные школы (2). На наш взгляд, это связано с традиционной дислокацией (стадион «Олимпиец») в городе школы олимпийского резерва по самбо, дзюдо, волейболу, баскетболу, боксу, карате, прыжкам в воду и плаванию, детской спортивной школы олимпийского резерва по легкой атлетике и лыжному спорту (лыжная база – 2).

Социокультурное пространство города на ментальных картах практически не получило отражения: обозначены только Вечный огонь (3),

церковь (1), городской музей (3), памятник основателям города Бузулука (1). Это может означать, что данные элементы городского пространства значимыми для студентов не являются.

Карты говорят на языке города о жизненных ценностях, приоритетах, привычках своих создателей, о чем-то они проговариваются помимо воли авторов. Человек постоянно живет в состоянии «сотворения культурного пространства» и, основываясь на сложившемся пространстве города, черпает готовые варианты решения множества жизненных проблем. Социокультурное пространство города выступает важнейшей характеристикой бытия, от его восприятия напрямую зависит деятельность человека по освоению и переработке окружающего мира. Оно хранит в себе память обо всех событиях, деяниях и творениях человека, пополняясь в результате культурной деятельности людей. Если культурное пространство города слабо представлено на ментальной карте, значит оно не обладает смыслом для горожанина, не участвует в формировании культурного пространства личности. «Сжатое» (бедное) культурное пространство города, в свою очередь, приводит к обеднению пространства реализации человеческого потенциала (возможностей, способностей, желаний и пр.), социальных программ.

В любой ментальной карте переплетаются личностное видение пространства города и реальный городской ландшафт. Чем точнее и полнее на ментальной карте информант отражает элементы городского пространства, чем точнее определяет его смысловые границы и ориентиры, тем более значимым в его глазах является сам город. Востребованность метода ментальных карт сегодня обусловлена активным поиском региональной, городской, местной идентичности, созданием эффективных имиджей города, городских брендов. В условиях возрастания конкуренции – между городами и регионами за инвестиции, специалистов в различных областях науки и сферах производства – малые города в силу своей специфики, в том числе и городского пространства, оказываются либо рентабельными, представляющими социальные лифты, либо лишенными перспектив.

#### Примечания

- <sup>1</sup> См.: *Harvey D. Spaces of Capital : Towards a Critical Geography* / Edinburgh : Edinburgh, 2001. 320 p.
- <sup>2</sup> См.: *The Global City* / ed. S. Sassen. N.Y. ; L ; Tokio [et al]. 2001. 412 p.
- <sup>3</sup> См.: *Линч К. Образ города*. М., 1982. 328 с.
- <sup>4</sup> См.: *Замятина Н. Ю. Когнитивная география : предмет и основные понятия* // *Вопр. экономической и политической географии зарубежных стран*. Вып. 18. М. ; Смоленск, 2009. С. 57–69.



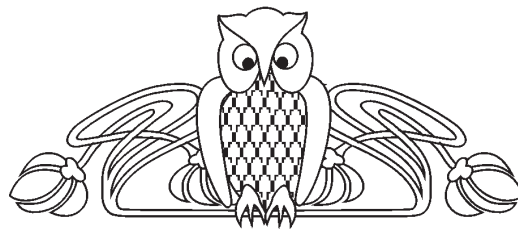
- <sup>5</sup> См.: Бляхер Л. Представляю номер // Полис. 2006. № 6. С. 6–23.
- <sup>6</sup> См.: Веселкова Н. В. Ментальные карты города : вопросы методологии и практика использования // Социология : методология, методы и математическое моделирование. 2010. № 31. С. 6–7.
- <sup>7</sup> См.: Милграм С. Эксперимент в социальной психологии. СПб., 2000. 335 с.
- <sup>8</sup> Цит. по: Лейбович О. Л., Кабацков А. Н., Шушкова Н. В. Большой город в постсоветском пространстве // Мир России. 2004. № 1. С. 91–105.
- <sup>9</sup> Бодрийяр Ж. Общество потребления. Его мифы и структуры. М., 2006. 464 с.
- <sup>10</sup> Барбошина Н. В. Молодежь и малый город : проблемы «переходного» возраста / Время культуры и студент в зеркале времени : «переоткрытия». Самара, 2011. С. 35.

УДК 124.5

## ЦЕННОСТИ ЛИЧНОСТИ В СОЦИАЛЬНОМ И ОНТОЛОГИЧЕСКОМ АСПЕКТАХ

Е. В. Высоцкая

Саратовский государственный аграрный университет им. Н. И. Вавилова  
E-mail: solo8@mail.ru



В статье рассматривается понятие ценности как имеющее исключительное значение для анализа бытия личности, так и в изучении социальных процессов и изменений. Определены структурные уровни личностного бытия, которые выступают основанием для выделения основных групп ценностей.

**Ключевые слова:** личность, ценности личности, личностное бытие.

### Values of the Personality in Social and Ontologic Aspects

E. V. Vysotskaya

The concept of value has an exclusive importance for the analysis of personal life and in studying of social processes and changes. Structural levels of personal life which act as the basis for allocation of the main groups of values are considered.

**Key words:** personality, values of the personality, personal life.

Проблема ценностей в социальном и онтологическом аспектах осмысливается как в западной, так и в отечественной философии. Классический подход к ценностям обозначил И. Кант. В объективно-онтологических системах (В. Виндельбанда, Г. Риккерта, М. Шелера, Н. Гартмана) ценность рассматривалась как понятие, обозначающее достоинства духовного бытия человека, особую трансцендентную реальность. В субъективном варианте ценности выступали в качестве характеристики бытийной автономии человеческой личности (это характерно для представителей экзистенциализма – М. Хайдеггера, А. Камю, Ж.-П. Сартра). Особое место в разработке проблемы ценности занимает Ф. Ницше, определивший единое начало для всех ценностных категорий. В эмотивизме (Ч. Огден, А. Ричардс) мы видим анализ языка ценностных суждений и определе-

ние последних как выражения чувств субъекта. Представители логического позитивизма – Б. Рассел, Р. Карнап, Л. Витгенштейн – отличались строгим противопоставлением ценностных и познавательных суждений.

Русская философия развивала в основном этическую сторону аксиологических учений. В трудах Н. А. Бердяева, Б. П. Вышеславцева, Н. О. Лосского, В. С. Соловьева, С. Л. Франка представлено религиозное понимание ценностей, при этом аксиологическая проблематика рассматривается в тесной связи с исследованием сущностных начал мира и развития общества. Ценностные устремления личности рассматриваются как актуализация абсолютного, обосновываются в аспекте индивидуальной свободы и духовного творчества.

Ю. И. Истошин рассматривает ценности как «один из присущих личности шаблонов для оценки, для осознанного или неосознанного измерения допустимых в конкретных обстоятельствах образцов социального поведения»<sup>1</sup>. По мнению И. Фролова, ценность это «реалия социального бытия, имеющая собственные бытийные формы, процессуальные особенности, закономерности возникновения, существования и развития в социальном пространстве»<sup>2</sup>. В. Б. Ольшанский сравнивает ценности с маяками, помогающими «заметить в потоке информации то, что наиболее важно (в позитивном или негативном смысле) для жизнедеятельности человека; это такие ориентиры, придерживаясь которых человек сохраняет свою определенность, внутреннюю последовательность своего поведения»<sup>3</sup>.

Рассматривая проблему ценностей, можно опереться на понятия «личностный смысл», вве-