

УДК 316.334.6

DOI: 10.17072/2078-7898/2019-3-429-439

АУДИОВИЗУАЛЬНАЯ СРЕДА ЮЖНОРОССИЙСКИХ ГОРОДОВ ГЛАЗАМИ ГОРОЖАН: ОБРАЗОВАНИЕ КАК СОЦИАЛЬНАЯ РАМКА КОНСТРУИРОВАНИЯ ПРОСТРАНСТВА*

Киенко Татьяна Сергеевна

Южный федеральный университет

Аудиовизуальная среда современного города понимается как социокультурное пространство, в котором система норм, ценностей, социально-стратификационных различий в значительной мере определяет то, что горожане замечают в окружающем пространстве. Актуальный статус оформляет социально заданный ракурс, точку зрения, задавая общность прочтения и интерпретации пространства, выделения «мест памяти» и досуга, приоритетов благоустройства. К составляющим статуса, направляющим оценки городского пространства, можно отнести уровень образования горожан. Целью настоящей статьи является представление данных эмпирического исследования об оценках аудиовизуального пространства южнороссийских городов горожанами с разным уровнем образования. Методология исследования опирается на принципы социально-стратификационного подхода, социального конструктивизма, социологии пространства, методологии пространственного синтаксиса. В ходе исследования выделены особенности отношения к городским пространствам респондентов с высшим, средним специальным, общим средним и неполным образованием, что может использоваться в практике городского планирования. Образование может рассматриваться в качестве одной из социальных рамок, задающих направления и способы конструирования, оценки и интерпретации социальными субъектами городского пространства, однако его влияние неоднозначно, опосредовано другими переменными, оно выступает социальным и культурным ресурсом горожанина. Высокий уровень образования связан с удовлетворенностью пространством, более высокой социальной и территориальной идентичностью; низкий уровень образования сужает возможности реализации, развития, карьерные и жизненные возможности. Перспективным видится теоретический и эмпирический поиск иных социальных рамок конструирования горожанами аудиовизуального городского пространства, дальнейшее изучение вопроса, в том числе на материалах исследований в других регионах.

Ключевые слова: город, аудиовизуальное городское пространство, уровень образования горожан, социальное конструирование пространства.

THE AUDIOVISUAL ENVIRONMENT OF THE SOUTH-RUSSIAN CITIES THROUGH THE EYES OF THE CITIZENS: EDUCATION AS A SOCIAL FRAME DESIGN SPACE

Tatyana S. Kienko

Southern Federal University

The audiovisual environment of the modern city is understood as a socio-cultural space in which the norms, values, social and stratification differences system largely determines what citizens notice in the

* Исследование выполнено при финансовой поддержке Российского фонда фундаментальных исследований в рамках научного проекта № 18-011-00841/19.

surrounding space. The actual status forms a socially defined perspective and point of view, setting the common reading and interpretation of space, the allocation of «places of memory» and leisure, the priorities of improvement. The components of the status, directing the assessment of urban space, include the level of education of citizens. The purpose of this article is to present the data of empirical research on the estimates of southern Russian cities audiovisual space by citizens with different levels of education. The methodological framework of the research is based on the principles of socio-stratification approach, social constructivism, sociology of space, methodology of spatial syntax. In the course of the study, the features of the attitude to urban spaces of respondents with higher, secondary special, general secondary and incomplete education are highlighted, which can be used in the practice of urban planning. Education can be considered as one of the social frameworks that define the directions and methods of construction, evaluation and interpretation of urban space by social actors, but its impact is ambiguous, mediated by other variables, it acts as a social and cultural resource of the citizen. High level of education is associated with satisfaction with space, higher social and territorial identity; low level of education narrows opportunities for realization, development, career and life prospects. The theoretical and empirical search for other social frameworks for the construction of audiovisual urban spaces by citizens, further study of the issue, including the materials of research in other regions, is considered promising.

Keywords: city, audiovisual urban space, level of education of citizens, social construction of space.

Введение

Социальный статус с позиции социолога может быть рассмотрен как существенный фактор взаимоотношений человека с пространством. Окружающее видимое и слышимое пространство «протекает» через систему перцепции, знаний, установок, ментальных карт, стереотипов, преломляется через социальные рамки и ориентиры, и «фильтруется» сквозь социальный статус. Житель небольшого поселка, приезжая в крупный районный центр, заметит раздражающий шум и хаотичные транспортные и людские потоки, а москвич оценит его как тихий и провинциальный. Пожилой человек обратит внимание на памятник герою войны в городском парке, а подросток — на яркое граффити у его подножия. Водитель автомобиля считает избыточным число светофоров и пешеходных переходов, а пешеходу не хватает мест, где можно безопасно перейти дорогу. Актуальный статус оформляет социально заданный ракурс, общую для многих людей, объединенных общими составляющими статуса, точку зрения, задавая общность прочтения и интерпретации пространства, определения несущественного и выделения «мест памяти» или досуга, приоритетов благоустройства, городской идентичности.

К социально-значимым составляющим статуса как к ракурсам «преломления» видимого и слышимого, направляющим восприятие, «чтение», интерпретации пространства, можно отнести классические факторы стратификации (богатство, престиж, власть) [Штомпка П.,

2005, с. 372] или социально-демографические различия (пол и возраст), уровень образования или характер занятости. В частности, неоднозначность и трансформация роли образования как фактора стратификации в современном российском обществе отмечается ведущими исследователями [Тихонова Н.Е., 2014; Российское общество и вызовы времени, 2016; Бобков В.Н., Одинцова Е.В., 2019]. Образование является существенным критерием стратификации и мобильности, значимой составляющей социального и культурного капитала [Бурдые П., 2007], но исследований связи восприятия пространства с образованием горожан практически нет. Оценки городских пространств изучаются в контексте возраста, занятости, включенности в городскую жизнь, принадлежности к числу местных жителей или гостей города [Быстрова Т.Ю. и др., 2018; Социальное пространство современного города, 2015; Радина Н.К., Поршнева А.В., 2014 и др.]. Удовлетворенность городской средой рассматривалась в связке статуса и удовлетворения потребностей (формула «5С» [Заборова Е.Н., Исламова А.Ф., 2013]), изучалась роль культурных элит в трансформации городских пространств [Ваньке А.В., Полухина Е.В., 2018], кросс-культурные [Jeon J.Y. et al., 2017], институциональные факторы городской идентичности [Федотова Н.Г., 2017].

В настоящей статье автор задается вопросом о том, может ли уровень образования рассматриваться как одна из социальных рамок конструирования городского пространств, и пред-

лагает гипотезу связи уровня образования с восприятием и оценкой городского пространства. Целью работы является представление данных эмпирического исследования об оценках различных аспектов аудиовизуального пространства южнороссийских городов горожанами с разным уровнем образования.

Методология исследования

Методология настоящего исследования строится на принципах социально-стратификационного подхода [Штомпка П., 2005; Тихонова Н.Е., 2014; Российское общество и вызовы времени, 2016 и др.], социального конструктивизма [Бергер П., Лукман Т., 1995], идеях социальной природы и социального производства пространства [Лефевр А., 2002; Бурдые П., 2007], теоретических положениях социологии пространства [Ло Дж., 2006; Филиппов А.Ф., 2008 и др.], пространственного синтаксиса [Hillier В., 2008]. Аудиовизуальная среда современного города понимается как социокультурное пространство, в котором система норм, ценностей, социально-стратификационных различий в значительной мере определяет то, что горожане считают значимым, ценным, памятным (или несущественным, раздражающим). В аудиовизуальной среде городов сочетаются физическое и историческое, ментальное и виртуальное, социальное и культурное пространства [Сараф М.Я., 2011, с. 15–19]. Их множественные смыслы прочитываются и конструируются, интерпретируются и транслируются в повседневных коммуникациях через призму дискурса, нормативности, статуса, культуры, опыта.

В социологии пространство понимается как особая реальность, «форма существования социума» [Барковская А.Ю., 2013, с. 49], в котором реализуются коммуникации и смыслы, символические проявления статуса, власти, видов капитала [Бурдые П., 2007]. Пространство города для социолога есть социальный продукт [Лефевр А., 2002, с. 27], место существования человека как личности, реализующей статусы и роли. Материальное аудиовизуальное пространство города создается людьми как социальными и культурными субъектами в определенном социокультурном контексте (часто с определенными замыслом, целями, смыслами, на фоне конкретных исторических, социальных и культурных процессов). При каждом «про-

чтении» видимое и слышимое раскрывает «вложенные» смыслы, но также заново социально «перерабатывается» — встраивается в социальные и культурные системы, дискурсы и фреймы, стереотипы и ожидания «читающих», формируя новую (обусловленную контекстуально, социально и культурно) действительность. В процессе «жизни» и «эксплуатации» (кодирования и декодирования, «чтения» и интерпретации, первичной и вторичной коммуникации) аудиовизуальная среда «говорит» вложенными в нее смыслами, но также «впитывает», отражает, преломляет и искажает их, моделируя и трансформируя пространство, наполняя его вновь сконструированными смыслами (в т.ч. квази- и псевдообразованиями), выступая формой социального конструирования реальности. Улицы и здания, социальная и культурно-досуговая инфраструктура, транспортные потоки и уличное освещение, банкоматы, баннеры и указатели пространственно и символически задают культурные и социальные нормы и границы, направляют физическое, социальное и духовное движение и коммуникации. В русле теории пространственного синтаксиса городское пространство становится пространством социальных эффектов, возможностей и рисков. Аудиовизуальная среда современного города есть продукт социальной жизнедеятельности, ее «зеркало» и в то же время место конструирования, интерпретации и деформации социокультурных смыслов, ежедневно создаваемых в коммуникации и деятельности. Социальные субъекты конструируют множественные смыслы аудиовизуальной среды города (вложенные, потенциальные и обнаруженные, прочитанные, раскрытые и нераскрытые, интерпретации и переводы, модификации и трансформации), а их статус существенно определяет ракурс «социального зрения и слуха».

Материалы и методы

В 2018–2019 гг. при финансовой поддержке РФФИ (проект № 18-011-00841) научным коллективом под руководством профессора Л.А. Штомпель при участии автора проводилось исследование «Развитие аудиовизуальной среды современного российского города в контексте сохранения и трансляции этических ценностей российской культуры». Анкетный опрос охватил 1371 респондента, анкета вклю-

чала 126 вопросов, преимущественно полузакрытых; программа исследования прошла экспертизу (ВЦИОМ-ЮГ). Выборка стратифицирована по регионам, типам городов: охвачено 29 южнороссийских городов в 8 субъектах Южного федерального округа (Адыгея, Калмыкия, Краснодарский край, Астраханская, Волгоградская, Ростовская области, Республика Крым) и город федерального значения Севастополь, представлены мегаполисы, крупные и большие, средние и малые города. Гендерная структура выборки включила 518 мужчин и 853 женщин (6 к 10; соотношение мужчин и женщин в структуре российского общества составляет 8,5 к 10 [Федеральная служба..., 2018]); демографическая структура респондентов следующая: в возрасте до 17 лет — 145 чел., 18–30 лет — 626 чел., 31–44 лет — 273 чел., 45–59 лет — 198 чел., старше 60 лет — 129 чел. (на 2018 г. в структуре российского общества 27,2 млн чел. моложе нетрудоспособного возраста, 82,2 млн чел. трудоспособного и 37,3 млн чел. старше трудоспособного [Федеральная служба..., 2018]); по уровню образования в выборке: лиц с неполным образованием — 72 чел., со средним общим — 312 чел., со средним специальным — 311 чел., с высшим — 676 чел. (по данным Всероссийской переписи 2010 г. среди россиян старше 15 лет высшее и неоконченное высшее имеют ок. 33 млн чел., среднее специальное — свыше 43 млн чел.; среднее общее — около 21,5 млн чел., основное, начальное общее, не имеют образования — около 19 млн чел. [Сводные итоги..., 2010]).

Результаты и дискуссии

По итогам анализа эмпирических данных с особенностями конструирования аудиовизуальной городской среды, помимо образования, связаны такие социальные характеристики, как тип населенного пункта (по численности населения), пол, возраст респондентов; эти данные представлены в самостоятельных научных работах, но в настоящей работе видится необходимым их краткий обзор. Так, существенным фактором конструирования пространства является тип города: жители мегаполисов меньше всего удовлетворены своими городами, состоянием публичных пространств, чистотой, уровнем шума, архитектурой и планировкой, а жители малых городов острее всего реагируют на проявления со-

циально-пространственного неравенства. Горожанам в первую очередь не хватает «людей, умеющих вести себя культурно», «интересных публичных мероприятий», парков и скверов; в мегаполисах недостает тишины и безопасности, а жителям средних и малых городов — качественных досуговых форм. Возраст респондентов влияет на солидарность с городскими средами, историей и культурой, на выделение «мест памяти», социально значимых пространств, привлекательных объектов, бытовых потребностей и досуговых практик. Так, пожилые люди счастливее оттого, что живут в своих городах; они выше, чем другие, оценивают состояние городской среды, больше озабочены вопросами городского благоустройства и чистоты, придают больше значения истории своего города, родины, родному языку и его чистоте, сохранению исторической памяти, больше нуждаются в тишине и безопасности, в благоустройстве и расширении природной городской среды. Молодежи в городах не хватает мест для общения, кафе и клубов, но одновременно тишины и безопасности (как и пожилым), людям 45–60 лет — музеев и театров, современной архитектуры, а респондентам 31–44 лет — интересных публичных мероприятий, игровых и спортивных площадок. Имеет место гендерная специфика: женщины считают себя более осведомленными в вопросах истории и культуры городов, больше озабочены состоянием культурной и образовательной инфраструктуры города, вопросами чистоты; они чаще «слышат» на улицах ненормативную лексику (и она их сильнее оскорбляет) и замечают грамматические ошибки в надписях в публичных пространствах городов. Мужчины внимательнее относятся к состоянию дорог, спортивной инфраструктуры, безопасности, в большей степени удовлетворены состоянием дорог, дворов, парков.

Уровень образования не является ключевым фактором оценки городского пространства, но все равно оказывает на него влияние. Анализ проводился исходя из условной классификации респондентов на четыре образовательные подгруппы: с неполным образованием (средним основным, начальным, не имеющим начального образования), средним общим (полным), средним специальным (профессиональным) и высшим (профессиональным и послевузовским). Целевая стратификация респондентов по уров-

но образования не проводилась, выборка нерепрезентативна, однако имеют место особенности оценки городских пространств респондентами с разным уровнем образования. Так, горожане со средним специальным образованием в большей степени считают удачным архитектурно-планировочное решение своих городов, выше других образовательных подгрупп оценивают уровень чистоты и ниже — шума, считают свои города уютными и привлекательными, имеют высокую идентичность с городом и регионом проживания, чувствуют себя счастливее оттого, что живут в своих городах, выше оценивают «широкий набор возможностей для досуга». Респонденты с неполным образованием наименее счастливы в своих городах, меньше, чем остальные, удовлетворены состоянием общественных пространств (дорог, улиц, транспорта), им меньше нравятся их города, и они реже считают свои города чистыми, уютными, привлекательными (см. табл. 1), ниже оценивают гостеприимство своих городов, не замечают праздничного убранства и музыки (на вопрос «Как обычно украшают Ваш город в праздничные дни?» ва-

риант «Совсем не украшают» выбрали 9,8 % лиц с неполным образованием и 2–3 % других подгрупп); их привязанность к городам связана с дружбой больше, чем с родственными отношениями, но почти не связана с работой и жильем. Горожане с высшим образованием (как и лица с неполным образованием!) не считают свои города чистыми, не связывают свою жизнь в городе с ощущением счастья, считают свои города шумными, но уютными и привлекательными, имеют наибольшую идентичность со своим городом (но наименьшую с регионом), им нравятся их города (см. табл. 1). Лица со средним общим образованием в оценках и выборах частично солидарны с респондентами с высшим образованием, а частично — с оценками лиц с неполным образованием; они знают историю и культуру городов, но меньше других реагируют на загрязнители, меньше привязаны к городам, придерживаются глобалистских ценностей, среди них наибольшее число респондентов (25 %) хотели бы жить за границей.

Таблица 1. Общие оценки городов респондентами с разным уровнем образования (%)

Вопрос	Варианты ответов	Ваше образование			
		Неполное среднее	Среднее общее	Среднее специальное	Высшее
Нравится ли Вам Ваш город?	Да	67,2 %	81,1 %	83,6 %	85,0 %
	Нет	32,8 %	18,9 %	16,4 %	15,0 %
Считаете ли Вы, что Ваш город уютный и привлекательный?	Да	63,8 %	71,0 %	72,1 %	74,2 %
	Нет	36,2 %	29,0 %	27,9 %	25,8 %
Считаете ли Вы свой город шумным?	Да	36,1 %	45,1 %	30,4 %	43,5 %
	Нет	63,9 %	54,9 %	69,6 %	56,5 %
Считаете ли Вы свой город чистым?	Да	40,0 %	41,0 %	47,2 %	40,2 %
	Нет	60,0 %	59,0 %	52,8 %	59,8 %
Чувствуете ли Вы себя немного счастливее оттого, что живете в Вашем городе?	Да	38,3 %	38,9 %	49,5 %	40,4 %
	Жизнь в городе не связана с ощущением счастья или полноты жизни	45,0 %	48,5 %	35,6 %	47,6 %
	Нет	16,7 %	12,6 %	14,9 %	12,0 %
Кем Вы больше себя ощущаете?	Горожанином	59,0 %	67,2 %	66,1 %	70,1 %
	Жителем области (края)	27,9 %	25,3 %	29,3 %	22,7 %
	Другое	13,1 %	7,5 %	4,6 %	7,2 %

На вопрос «Что Вас связывает с этим городом?» респонденты чаще всего отвечали, что это факт их собственного рождения, наличие друзей и родных, родителей. Но если вариант «Ничего не связывает, я хотел бы уехать отсюда» выбирают около 9–10 % респондентов со средним и средним специальным образованием и 11,6 % лиц с высшим образованием, то среди респондентов с неполным образованием таких 25 %. Вероятно, это связано с качеством жизни и жизненными перспективами (отсутствием жилья, работы, карьерных перспектив): хорошая работа имеет гораздо большее значение для людей со средним специальным и высшим образованием (около 24 %), чем для лиц с неполным (7 %) и средним общим образованием (8,3 %). Наличие квартиры связывает со своими городами 24,6 % лиц с высшим образованием, 27,6 % лиц со средним специальным, 14,8 % лиц со средним общим и 8,3 % респондентов с неполным образованием.

Наличие друзей значимо для людей с неполным и общим средним образованием, а родственные связи и факт проживания в городе родственников важнее для респондентов со средним общим, средним специальным и высшим образованием. Среди респондентов с высшим образованием меньше тех, чьи родители родились в данных городах, но они теснее связаны с городами. Связка образования, занятости и доходов косвенно влияет на наличие или отсутствие жилья (один из значимых факторов идентичности с городами для лиц со средним специальным и высшим образованием). Итак, не сам по себе уровень образования, а возможности получения работы, роста доходов, приобретения жилья, уверенности в будущем, высокой оценки своего места в городском социуме способствуют росту удовлетворенности городским пространством.

Уровень образования горожан имеет некоторые корреляции с выбором ими привлекательных или непривлекательных визуальных и аудиальных элементов городской среды. Так, природные объекты и звуки (газоны, клумбы, деревья) наиболее важны для респондентов со средним специальным образованием, а «места памяти» — для людей со средним общим и высшим образованием (скульптуры, мемориальные комплексы, здания, архитектура). Визуальные раздражители (стиль одежды горожан,

реклама, объявления) в большей степени привлекают внимание лиц с неполным образованием. Любопытно, что всем респондентам недостает «культурных людей» и «интересных публичных мероприятий», «современной архитектуры» и «тишины», но парков и скверов (а также баров, спортивных клубов и детских игровых площадок в парках) не хватает в большей степени людям с неполным образованием.

Лица с неполным образованием более практичны и реалистичны — именно они чаще других предлагают действенные меры преобразования городских пространств (сделать город более красивым, разбить новые парки или посадить больше деревьев). Повысить уровень чистоты, уюта и безопасности хотели бы лица со средним общим образованием. Дифференцировано выделяются транспортные проблемы; работа общественного транспорта беспокоит больше всего людей с неполным образованием, а проблема автостоянок — лиц с высшим образованием.

Аудиальная городская среда также воспринимается дифференцированно. Приятные городские звуки (грамотная речь и пение птиц) на улицах городов чаще других «слышат» люди со средним специальным образованием (реже других — горожане с неполным образованием), а неприятные антропогенные городские звуки они замечают реже других (ненормативную лексику, жаргонизмы, лай собак; см. табл. 2). Звуки скандалов, ссор и угроз сильнее всего в структуре городских звуков раздражают горожан, но больше всего они неприятны лицам с неполным образованием.

Избыток рекламной информации отмечается в первую очередь респондентами с неполным средним образованием, в то время как лицам со средним специальным образованием это меньше всего бросается в глаза. Недостаток воспитательной, культурной, ценностной составляющей в убранстве улиц отмечается чаще респондентами со средним специальным образованием (54,1 %), а уже потом — с высшим (51,9 %), средним общим (44,2 %) и неполным средним (36,1 %) образованием. Горожан очень раздражает ненормативная лексика, но почти не беспокоит иноязычная; в восприятии этих аспектов имеются образовательные различия. Так, более 80 % жителей южнороссийских городов замечают в публичных пространствах

своих городов ненормативную лексику (чем выше уровень образования, тем чаще респонденты замечают ненормативную лексику и грамматические ошибки в надписях в город-

ских публичных пространствах), но намного сильнее это оскорбляет горожан с высшим и средним специальным образованием (табл. 3).

Таблица 2. Оценки городских звуков респондентами с разным уровнем образования (%)

Вопрос	Варианты ответов	Ваше образование			
		Неполное среднее	Среднее общее	Среднее специальное	Высшее
Часто ли в Вашем городе слышны:	Грамотная литературная речь	18,0 %	19,8 %	23,8 %	19,5 %
	Ненормативная лексика	50,8 %	56,5 %	44,6 %	52,3 %
	Жаргонизмы	36,1 %	38,6 %	25,1 %	35,2 %
	Пение птиц	23,0 %	27,3 %	36,8 %	34,3 %
	Лай собак	47,5 %	36,0 %	30,3 %	34,3 %
	Звон колоколов	14,8 %	20,5 %	15,0 %	16,5 %
	Другое	9,8 %	3,2 %	5,9 %	8,9 %
Какие городские звуки вызывают у Вас раздражение?	Звуки скандалов, ссор, угроз людей	78,7 %	51,6 %	59,3 %	64,8 %
	Сирены скорой помощи / ГАИ, газ. службы	21,3 %	19,5 %	28,0 %	25,6 %
	Звуки ремонтных или уборочных работ (скрежет металла, звук пилы, стук молотков и пр.)	44,3 %	52,6 %	49,8 %	44,9 %
	Слишком громкая музыка	34,4 %	29,2 %	37,5 %	40,1 %
	Другое	6,6 %	3,9 %	7,2 %	7,0 %

Таблица 3. Оценки языковой седы городов респондентами с разным уровнем образования (%)

Вопрос	Варианты ответов	Ваше образование			
		Неполное среднее	Среднее общее	Среднее специальное	Высшее
Приятно ли Вам видеть в Вашем городе надписи на иностранном языке?	Да, это свидетельствует об открытости и современности города	42,6 %	51,6 %	35,8 %	47,8 %
	Нет, надписи должны быть только на государственном языке	23,0 %	16,9 %	31,6 %	17,3 %
	Мне все равно	29,5 %	29,5 %	29,3 %	31,1 %
	Другое	4,9 %	1,9 %	3,3 %	3,7 %
Используют ли в Вашем присутствии прохожие ненормативную лексику	Да	81,4 %	83,9 %	80,3 %	84,6 %
	Нет	18,6 %	16,1 %	19,7 %	15,4 %
Оскорбляет ли Вас ненормативная лексика?	Да	35,6 %	46,7 %	66,3 %	66,2 %
	Нет	64,4 %	53,3 %	33,7 %	33,8 %

Почти треть респондентов всех подгрупп выразила безразличие к тому, на каком языке пишут объявления и рекламу, но об избытке иноязычной лексики в пространствах городов чаще говорят лица с неполным образованием и

реже — с высшим. Если 51,6 % лиц с общим средним, 47 % лиц с высшим, 42 % с неполным образованием считают, что иностранная лексика в публичных городских средах «свидетельствует об открытости и современности города»,

то среди респондентов со средним специальным образованием таких всего 35 %. Итак, респонденты со средним специальным образованием наиболее консервативны: для них важнее вопросы сохранения русского языка и культурных ценностей, они негативнее относятся к ненормативной лексике, чаще считают, что «надписи должны быть только на государственном языке» (31,66 % в сравнении с 17–23 % в других подгруппах); при этом они склонны замечать позитивные и не обращать внимания на негативные аспекты аудиовизуальных городских объектов и городской среды.

Респонденты с высшим и средним общим образованием считают, что знают больше исторических личностей (событий), связанных с историей города, памятников, посвященных деятелям культуры, науки, политики, истории, стихов и песен о своих городах в сравнении с лицами с неполным и средним специальным образованием. Однако это утверждение показывает не столько фактическое знание культуры и истории городов, сколько самооценку, представление о своем статусе, нормативность, социальную желательность. Среди историко-культурных объектов респонденты с высшим образованием чаще других выделяют наличие в своих городах улиц и памятников, мемориальных комплексов и досок, посвященных ученым и деятелям культуры; люди с неполным образованием в сравнении с другими образовательными группами чаще называют места памяти, посвященные политическим деятелям и передовикам производства; защитников Отечества и космонавтов знают представители всех образовательных кластеров. Больше всего мест, которые можно показать гостям, называют респонденты с неполным образованием. Имеется определенное расхождение реальных знаний горожан об истории и культуре городов с их оценками собственной осведомленности, что свидетельствует о наличии социальных ожиданий, и стремлении к соответствию «нормативной» модели (люди с высшим образованием склонны считать себя знатоками истории и культуры, это для них считается нормой, но при этом лица с со средним общим образованием часто указывают те же «места памяти», а респонденты с неполным образованием знают лучше практическую предметно-простран-

ственную среду городов и «места памяти» определенной тематики).

О «недоступности» городских объектов говорят более четверти опрошенных (вопрос «Есть ли в Вашем городе места, которые Вы хотели бы посетить, но не можете туда проникнуть из-за негласного ограничения доступа “только для своих” или только для людей “с кошельком”?»), но чем выше уровень образования, тем выше (незначительно, на 2–3 %) ощущение недоступности объектов и шире круг желательных для досуга мест и пространств. О кварталах элитного жилья в своем городе сообщают 57,4 % респондентов с неполным образованием и 78–82 % респондентов других подгрупп; в то же время о наличии трудоб сообщают 62–68 % респондентов всех подгрупп. Можно предположить, что в современных городах имеет место социально-пространственное неравенство, оно ощущается всеми стратами в той или иной мере, но есть вероятность, что социальная дифференциация и эксклюзия ощущается сильнее с ростом образования, дохода, качества жизни и потребностей.

Заключение

Образование может рассматриваться в качестве одной из социальных рамок, задающих направления и способы конструирования, оценки и интерпретации социальными субъектами окружающего аудиовизуального городского пространства, однако его влияние неоднозначно и опосредовано другими переменными. Так, отмеченные расхождения реальных знаний горожан об истории и культуре городов с их оценками собственной осведомленности позволяют предположить, что люди определяют рамки собственной «социокультурной нормативности» «с оглядкой» на уровень образования, демонстрируют желательную, ожидаемую при данном уровне образования социокультурную осведомленность; это их способ реализации и утверждения своего статуса.

Образование выступает ресурсом, культурным и социальным капиталом, который дает возможности получения и сохранения работы, дохода, социально-экономической стабильности, приобретения дорогостоящих вещей. Оно помогает занять более высокое место в социальной структуре; возможности, косвенно

обеспечиваемые образованием, усиливают уверенность в будущем и удовлетворенность жизнью, ощущение комфорта, идентичность с пространством. Чем выше уровень образования горожан, тем больше им нравится их город, выше их идентичность со статусом горожанина, оценки привлекательности и чистоты городских пространств; респонденты с высшим образованием чувствуют себя горожанами, без раздражения принимают недостатки и «раздражители» городской жизни, им нравятся их города, но они не связывают свою жизнь в городе с ощущением счастья (впрочем, как и несчастья). Стабильность, удовлетворенность, идентичность с городским пространством не являются условиями ощущения горожанами счастья и полноты жизни. Социальной основой современных городов является горожанин со средним профессиональным образованием: он удовлетворен местом своего проживания и своим местом в нем, образом жизни, системой ценностей; он выступает транслятором консервативных ценностей, больше ценит возможности и достоинства городской жизни, имеет высокую идентичность не только с городом, но и с регионом проживания, в первую очередь «видит» позитивные моменты городской среды и меньше обращает внимания на раздражающие факторы, он счастлив в своем городе. Лица со средним общим образованием видятся в определенной степени «переходной», маргинальной группой: они знают историю и культуру городов, но при этом не так привязаны к своим городам, придерживаются глобалистских ценностей, меньше реагируют на аудиовизуальные «загрязнители», среди них большее число лиц хотели бы жить за границей; при создании условий для городской идентичности они могли бы стать ресурсом городских инноваций. Хуже всего в своих городах себя чувствуют горожане, не имеющие образования. Их положение нестабильно, самооценка ниже, они готовы переехать, меньше других склонны отмечать положительные черты городов и острее видят недостатки, но это практически ориентированная группа, внимательная к повседневной предметно-пространственной городской среде, способная выступать ресурсом преобразований городского пространства при правильной стратегии городского развития.

В силу нерепрезентативности выборки связи уровня образования с другими факторами (например, с возрастом респондентов: более молодые люди, как правило, будут иметь более низкий уровень образования), авторские выводы скорее следует рассматривать как гипотезы и новые исследовательские задачи. Представляет интерес дальнейшее изучение обозначенных вопросов на материалах исследований в других регионах; интересен анализ условий, при которых образование становится значимой социальной рамкой восприятия пространства либо «отступает» на задний план; в настоящем исследовании не принимался во внимание профессиональный, имущественный статус горожан, их приверженность к субкультурам. Перспективным видится теоретический и эмпирический поиск иных социальных рамок и способов конструирования городского пространства.

Список литературы

- Барковская А.Ю.* Социологическая интерпретация категории «социальное пространство» // Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 7. Философия. 2013. № 1, вып. 19. С. 49–55.
- Бергер П., Лукман Т.* Социальное конструирование реальности: Трактат по социологии знания / пер. Е. Руткевич. М.: Медиум, 1995. 323 с.
- Бобков В.Н., Одинцова Е.В.* Средние классы в социальной структуре занятого населения в России // Вестник Института социологии. 2019. № 29. С. 58–74. DOI: <https://doi.org/10.19181/vis.2019.29.2.576>
- Бурдые П.* Социология социального пространства / пер. с фр. Н.А. Шматко. СПб.: Алтейя, 2007. 288 с.
- Быстрова Т.Ю., Певная М.В., Папулова А.А.* Ресурсы культурной регенерации уральских городов в оценках молодого поколения горожан // Вопросы управления. 2018. № 6, вып. 36. С. 177–187.
- Ваньке А.В., Полухина Е.В.* Территориальная идентичность в индустриальных районах: культурные практики заводских рабочих и деятелей современного искусства // Laboratorium: Журнал Социальных Исследований. 2018. № 10(3). С. 4–34. DOI: <https://doi.org/10.25285/2078-1938-2018-10-3-4-34>
- Заборова Е.Н., Исламова А.Ф.* Город как социальное пространство // Социологические исследования. 2013. № 2. С. 97–101.

Левфер А. Производство пространства / пер. с фр. С.А. Эфирова // Социологическое обозрение. 2002. Т. 2, № 3. С. 27–29.

Ло Дж. Объекты и пространства // Социологическое обозрение. 2006. Т. 5, № 1. С. 30–42.

Российское общество и вызовы времени. Кн. третья / под ред. М.К. Горшкова, Н.Е. Тихоновой. М.: Весь Мир, 2016. 424 с.

Радина Н.К., Поршнев А.В. Пожилые горожане мегаполисов и малых городов: солидарность, альтруизм и приоритеты в области городского развития // Социология власти. 2014. № 3. С. 141–158.

Сараф М.Я. Культурное пространство как предмет исследования // Пространство и время. 2011. № 4(6). С. 15–19.

Сводные итоги Всероссийской переписи населения 2010 года. Разд. 2. Уровень образования населения. URL:

http://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/cr/oc/vol11pdf-m.html (дата обращения: 22.07.2019).

Социальное пространство современного города / под ред. Г.Б. Кораблевой, А.В. Меренкова. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2015. 252 с.

Тихонова Н.Е. Факторы стратификации в современной России: динамика сравнительной значимости // Социологические исследования. 2014. № 10. С. 23–35.

Федеральная служба государственной статистики. URL: <http://www.gks.ru/> (дата обращения: 29.07.2019).

Федотова Н.Г. Формирование городской идентичности: факторный и институциональный аспекты // Журнал социологии и социальной антропологии. 2017. № 20, вып. 3. С. 32–49.

Филиппов А.Ф. Социология пространства. СПб.: Владимир Даль, 2008. 290 с.

Штомпка П. Социология: Анализ современного общества / пер. с польск. С.М. Червонной. М.: Логос, 2005. 664 с.

Hillier B. Space and Spatiality: What the Built Environment needs from Social Theory // Building Research and Information. 2008. Vol. 36, vol. 3. P. 216–230.

Jeon J.Y., Lee P.J., Hong J.Y., Lavandier C. et al. A Cross-National Comparison in Assessment of Urban Park Soundscapes in France, Korea, and Sweden Through Laboratory Experiments // Applied Acoustics. 2017. No. 130. P. 107–117. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.apacoust.2017.12.016>

Получено 01.08.2019

References

Barkovskaya, A.Yu. (2013). *Sotsiologicheskaya interpretatsiya kategorii «sotsial'noe prostranstvo»* [Sociological interpretation of the category of «social space»]. *Vestnik Volgogradskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya 7. Filosofiya* [Science Journal of Volgograd State University. Philosophy]. No. 1, iss. 19, p. 49–55.

Berger, P. and Luckmann, T. (1995). *Sotsial'noe konstruirovaniye real'nosti: Traktat po sotsiologii znaniya* [The social construction of reality: A treatise in the sociology of knowledge]. Moscow: Medium Publ., 323 p.

Bobkov, V.N. and Odintsova, E.V. (2019). *Srednie klassy v sotsial'noy strukture zanyatogo naseleniya v Rossii* [Middle classes in the social structure of Russia's working population]. *Vestnik Instituta sotsiologii* [Bulletin of the Institute of Sociology]. No. 29, pp. 58–74. DOI:

<https://doi.org/10.19181/vis.2019.29.2.576>

Bourdieu, P. (2007). *Sotsiologiya sotsial'nogo prostranstva* [Social Space]. Saint-Petersburg: Alteya Publ., 288 p.

Bystrova, T.Yu., Pevnaya, M.V. and Papulova, A.A. (2018). *Resursy kul'turnoy regeneratsii ural'skikh gorodov v otsenkalh molodogo pokoleniya gorozhan* [Resources of cultural regeneration in the Ural minor cities: public opinion of citizens' youth]. *Voprosy upravleniya* [Management Issues]. No. 6, iss. 36, pp. 177–187.

Federal'naya sluzhba gosudarstvennoy statistiki [Federal State Statistics Service]. Available at: <http://www.gks.ru/> (accessed 29.07.2019).

Fedotova, N.G. (2017). *Formirovaniye gorodskoy identichnosti: faktornyy i institutsional'nyy aspekty* [The formation of urban identity: factorial and institutional aspects]. *Zhurnal sotsiologii i sotsial'noy antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology]. No. 20, iss. 3, p. 32–49.

Filippov, A.F. (2008). *Sotsiologiya prostranstva* [Sociology of space]. Saint-Petersburg: Vladimir Dal' Publ., 290 p.

Gorshkov, M.K. and Tikhonova, N.E (eds.) (2016). *Rossiyskoe obschestvo i vyzovy vremeni. Kniga tret'ya* [Russian society and challenges of the time. Book three]. Moscow: Ves' Mir Publ., 424 p.

Hillier, B. (2008). Space and spatiality: what the built environment needs from social theory. *Building Research and Information*. No. 36, vol. 3, p. 216–230.

Jeon, J.Y., Lee, P.J., Hong, J.Y., Lavandier, C., et al. (2017). A cross-national comparison in assessment of urban park soundscapes in France, Korea,

and Sweden through laboratory experiments. *Applied Acoustics*. No. 130, p. 107-117. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.apacoust.2017.12.016>

Korableva, G.B. and Merenkov, A.V. (eds.) (2015). *Sotsial'noe prostranstvo sovremennogo goroda* [Social space of the modern city]. Yekaterinburg: Ural University Publ., 252 p.

Law, J. (2006). *Ob'ekty i prostranstva* [Objects and space]. *Sotsiologicheskoe obozrenie* [Russian Sociological Review]. Vol. 5, no. 1, p. 30–42.

Lefebvre, H. (2002). *Proizvodstvo prostranstva* [The production of space]. *Sotsiologicheskoe obozrenie* [Russian Sociological Review]. Vol. 2, no. 3, p. 27–29.

Radina, N.K. and Porshnev, A.V. (2014). *Pozhizhnye gorozhane megapolisov i mal'nykh gorodov: solidarnost', al'truizm i priority v oblasti gorodskogo razvitiya* [Older city-dweller of the city and the «small towns»: solidarity, altruism and priorities in the sphere of urban development]. *Sotsiologiya vlasti* [Sociology of Power] No. 3, p. 141–158.

Saraf, M. (2011). *Kul'turnoe prostranstvo kak predmet issledovaniya* [Cultural space as a subject of research]. *Prostranstvo i vremya* [Space and Time]. No. 4(6), p. 15–19.

Shtompka, P. (2005). *Sotsiologiya: Analiz sovremennogo obshchestva* [Sociology: an analysis of modern society]. Moscow: Logos Publ., 664 p.

Svodnye itogi Vserossiyskoy perepisi naseleniya 2010 goda. Razdel 2. Uroven' obrazovaniya naseleniya [Summary results of the 2010 All-Russian population census. Section 2. The level of education of the population]. Available at: https://www.gks.ru/free_doc/new_site/perepis2010/croc/vol4pdf-m.html (accessed 22.07.2019).

Tikhonova, N.E. (2014). *Faktory stratifikatsii v sovremennoy Rossii: dinamika sravnitel'noy znachimosti* [The stratification factors in contemporary Russia: the dynamics of comparative significance]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies]. No. 10, pp. 23–35.

Van'ke, A.V. and Polukhina, E.V. (2018). *Territorial'naya identichnost' v industrial'nykh rayonakh: kul'turnye praktiki zavodskikh rabochikh i deyatelay sovremennogo iskusstva* [Territorial identities in industrial: cultural practices of factory workers and contemporary art communities]. *Laboratorium: Zhurnal sotsial'nykh issledovaniy* [Laboratorium: Russian Review of Social Research]. No. 10(3), p. 4–34. DOI: <https://doi.org/10.25285/2078-1938-2018-10-3-4-34>

Zaborova, E.N. and Islamova, A.F. (2013). *Gorod kak sotsial'noe prostranstvo* [City as a social space]. *Sotsiologicheskie issledovaniya* [Sociological Studies]. No. 2, pp. 97–101.

Received 01.08.2019

Об авторе

Киенко Татьяна Сергеевна

кандидат социологических наук,
доцент кафедры социальных технологий

Южный федеральный университет,
344065, Ростов-на-Дону, пер. Днепроvский, 116;
e-mail: tatyanakienko@mail.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5558-2322>

About the author

Tatyana S. Kienko

Ph.D. in Sociology, Associate Professor
of the Department of Social Technologies

Southern Federal University,
116, Dneprovsky ln., Rostov-on-don, 344065, Russia;
e-mail: tatyanakienko@mail.ru
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5558-2322>

Просьба ссылаться на эту статью в русскоязычных источниках следующим образом:

Киенко Т.С. Аудиовизуальная среда южнороссийских городов глазами горожан: образование как социальная рамка конструирования пространства // Вестник Пермского университета. Философия. Психология. Социология. 2019. Вып. 3. С. 429–439. DOI: [10.17072/2078-7898/2019-3-429-439](https://doi.org/10.17072/2078-7898/2019-3-429-439)

For citation:

Kienko T.S. The audiovisual environment of the South-Russian cities through the eyes of the citizens: education as a social frame design space // Perm University Herald. Series «Philosophy. Psychology. Sociology». 2019. Iss. 3. P. 429–439. DOI: [10.17072/2078-7898/2019-3-429-439](https://doi.org/10.17072/2078-7898/2019-3-429-439)