

Юлия Александровна ЖЕРДЕВА / Yuliya ZHERDEVA

| Чувство места как категория социальной памяти / Sense of Place as a Concept of Social Memory |

Юлия Александровна ЖЕРДЕВА / Yuliya ZHERDEVA

*Самарский государственный экономический университет, Самара, Россия**Кафедра экономической истории**Доцент, кандидат исторических наук**Samara State University of Economics, Samara, Russia**Associate Professor, Ph.D. in History**julzher@gmail.com***ЧУВСТВО МЕСТА КАК КАТЕГОРИЯ СОЦИАЛЬНОЙ ПАМЯТИ**

Память как форма конструирования реальности является механизмом формирования не только индивидуального, но и социального опыта. Объем знаний о прошлом той социальной группы, в которой оказывается индивид, является одним из важнейших факторов его социальной идентификации. Идентификационная функция социальной памяти воплощается в стремлении современного общества облечь прошлое в символические и ритуальные формы. «Места памяти» существуют вследствие угрозы разрушения памяти, поддерживая чувство продолжения истории. Применительно к социальному контексту «место» выступает аккумулятором субъективного опыта человека и обозначает локализацию его личных пространственных ощущений. Чувство места определяется не столько физическими параметрами, воспринимаемым человеком, сколько уверенностью в том, что у каждого места есть своя особая, только ему присущая, локальная ценность.

Ключевые слова: память, социальная память, идентичность, чувство места, «дух места».

Память как форма конструирования реальности является механизмом формирования не только индивидуального, но и социального опыта. Воссоздавая преемственность прошлого, настоящего и будущего, память оказывается важным способом формирования и сохранения

SENSE OF PLACE AS A CONCEPT OF SOCIAL MEMORY

The article concerns to the problem of construction the mechanisms of individual and social identity through a sense of place. The author considers a sense of place as individual and social perception of locus that could accumulate specific experience of place and motivate the local identity based on this perception.

Key words: memory, social memory, identity, sense of place, «spirit of place».

коллективной и персональной идентичности, т.е. чувства принадлежности, заставляющего индивида узнавать персональные черты в определенном сообществе, обладающем собственной системой ценностей. Определенные социальные группы, члены которых получают в силу своей принадлежности к



Юлия Александровна ЖЕРДЕВА / Yuliya ZHERDEVA

| Чувство места как категория социальной памяти / Sense of Place as a Concept of Social Memory |

одному социуму похожий опыт, задают специфический набор воспоминаний своим участникам. При этом обмен воспоминаниями между представителями различных локальных социальных групп и создает социальную память. Таким образом, объем знаний о прошлом той социальной группы, в которой оказывается индивид, является одним из важнейших факторов его социальной идентификации. Память является неперенным условием социализации индивида. И сама социализация в таком случае может быть понята как процесс приобщения индивида к различным по своему содержанию и значению объемам воспоминаний, как групповых, так и индивидуальных¹.

Понятие «социальная память» в гуманитарных областях научного знания появилось в первой половине XX века. К началу XXI века оно оказалось достаточно подробно проанализировано и стало поводом для полемических междисциплинарных дискуссий. Одним из самых принципиальных положений в этой области стал тезис об идентичности (социальной, культурной, исторической и политической) как продукте социальной памяти. К примеру, основатель направления исследования социальной памяти социологии М. Хальбвакс отмечал, что память коллективная имеет исторический характер, поскольку, хотя воспоминание о прошлом (индивида или социальной группы) может и не сохраняться, «наше нынешнее сознание содержит в себе и находит вокруг себя средства, позволяющие его выработать»². Из чего следует, что социальная память позволяет сохранять историческую идентичность. А. Шюц отмечал, что социальная память, с одной стороны, выступает источником легитимации нормативов поведения члена данной социальной группы, т.е. социальной или политической идентичности, а с другой, обеспечи-

вает социальную идентификацию даже в тех условиях, когда различия между социальными группами не зависят от социальных или экономических обстоятельств³. Стоит отметить, что социальная память может быть также фактором не только конструирующим, но и деформирующим идентичность⁴.

Помимо понятия «социальная память» современная гуманитарная наука вводит также понятия «культурной памяти» и «исторической памяти». В работах немецкого египтолога Я. Ассмана было предложено деление памяти на коммуникативную и культурную. Если первая приобретает в ходе повседневной коммуникации, доступна всем членам сообщества и обретается во многом благодаря языковому общению, то вторая распространяется среди ограниченного числа носителей памяти (жрецы, шаманы, ученые, писатели, художники и пр.) и требует специального контроля. Я. Ассман отмечает, что в культурной памяти «прошлое ... сворачивается в символические фигуры, к которым прикрепляется воспоминание»; таким коллективным воспоминаниям-идентичностям «присуща торжественность, приподнятость над уровнем повседневности», превращающая их в форму ритуальной коммуникации⁵. Эта ритуальная коммуникация оформляется в виде текстов, танцев, образов и обрядов, как правило, относящихся к области сакрального. Теория культурной памяти Я. Ассмана описывает культурную память как непрерывный процесс, в котором социум формирует и поддерживает свою идентичность посредством реконструкции собственного прошлого.

³ Шюц А. Структура повседневного мышления // Социс. 1988. № 2. С. 131.

⁴ Аникин Д.А. Память как социальный феномен // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия, Психология, Педагогика. 2007. Т. 7. № 1. С. 8.

⁵ Ассман Я. Культурная память. Письмо и память о прошлом и политическая идентичность в высоких культурах древности. М.: Языки славянской культуры, 2004. С. 54-55.

¹ Аникин Д.А. Память как социальный феномен // Известия Саратовского университета. Новая серия. Серия: Философия, Психология, Педагогика. 2007. Т. 7. № 1. С. 8.

² Хальбвакс М. Социальные рамки памяти. М.: Новое издательство, 2007. С. 129.



Юлия Александровна ЖЕРДЕВА / Yuliya ZHERDEVA

| Чувство места как категория социальной памяти / Sense of Place as a Concept of Social Memory |

Историки также разделяют, а иногда и противопоставляют, понятия коллективной и исторической памяти. В исторической науке под коллективной памятью принято понимать «комплекс разделяемых сообществом мифов, традиций, верований, представлений»⁶. Разграничивая понятия «коллективная память» и «историческая память», Л.П. Репина определяет первую как групповую память, опыт, совместно пережитый людьми, а вторую как совокупность знаний и представлений социальной группы о своем прошлом, или как социальную память⁷. Идентификационная функция исторической памяти воплощается в стремлении современного общества облечь прошлое в символические и ритуальные формы⁸. Иными словами, память – символическое представление о прошлом.

Краеугольным камнем в дискуссиях стал вопрос о соотношении истории и памяти, истории и традиции. М. Хальбвакс полагал, что «история обычно начинается в тот момент, когда заканчивается традиция, когда затухает или распадается социальная память»⁹.

П. Хаттон, вслед за М. Хальбваксом, замечает, что образы памяти всегда фрагментарны и условны и не обладают целостным значением до того момента, пока социум или индивид не проецируют их в конкретные обстоятельства, которые даются им вместе с «местами памяти» (мнемоническими местами). Поддержание таких «мест памяти» посредством актов коммеморации, по мнению М. Хальбвакса, должно способствовать сохранению традиции или замедлять процесс её трансформации. «Коммеморативные мнемонические

места укрепляют стереотипы нашего сознания, пробуждая специфические воспоминания о прошлом», – указывал П. Хаттон¹⁰. Практика поддержания «мест памяти», по мнению ученого, дает возможность укрепить стирающиеся со временем стереотипы сознания и сделать их образность более доступной, в частности при посещении этих мест членами определенных социальных групп и совершении ими связанных с этими местами ритуалов. Таким образом, поддержание «мест памяти» и их ритуализация осознаются современной социологией и политологией одним самых действенных способов развития исторической или социальной памяти.

Развивая концепцию «мест памяти», П. Нора расширил трактовку этого понятия. Не связывая «места памяти» с конкретной пространственной локализацией, он стал понимать под ними некие объекты или субъекты, которые способствуют сохранению коллективной памяти. По его мнению, «местами памяти» могут быть не только географические точки, но также события, люди, здания, традиции, которые окружены особой символической аурой, т.е. выполняют символическую роль напоминания о прошлом, придающего смысл жизни в настоящем¹¹. «Места памяти» существуют, согласно П. Нора, вследствие существования угрозы разрушения памяти, поддерживая чувство продолжения истории¹².

Стоит подчеркнуть также, что еще в древнегреческой традиции сложилось представление о том, что «место» (как географическая точка или архитектурное сооружение) обладает особой мнемонической силой: архитектура места может уподобляться сакральному пространству и способ-

⁶ История и память: Историческая культура Европы до начала Нового времени / Под ред. Л.П. Репиной. М., 2006. С. 22.

⁷ Репина Л.П. Историческая память и современная историография // Новая и новейшая история. 2004. № 5. С. 42.

⁸ Соколова М.В. Что такое историческая память // Преподавание истории в школе: научно-теоретический и методический журнал. 2008. № 7. С. 38.

⁹ Хальбвакс М. Коллективная и историческая память // Неприкосновенный запас. 2005. № 2-3. С. 22.

¹⁰ Хаттон П. История как искусство памяти. СПб.: Изд-во «Владимир Даль», 2003. С. 204.

¹¹ Соколова М.В. Что такое историческая память // Преподавание истории в школе: научно-теоретический и методический журнал. 2008. № 7. С. 41.

¹² Nora P. Between Memory and History: Les Lieux de Mémoire. Representations. No. 26, Special Issue: Memory and Counter-Memory, 1989, pp. 7-24.



Юлия Александровна ЖЕРДЕВА / Yuliya ZHERDEVA

| Чувство места как категория социальной памяти / Sense of Place as a Concept of Social Memory |

ствовать запечатлению в памяти индивида всего, что с этим местом связано¹³. Отсюда такое большое значение придавалось и придается образам, связанным с «местом». В данной работе нас интересует именно географическое или локальное понимание «места».

Отношение к месту является фундаментальной чертой человеческого существования. В широком смысле, это отношение человека ко всей окружающей его среде. «Место» в данном случае объективизируется, рассматривается как нечто, независимое от человеческого бытия или непосредственного личного опыта субъекта. Однако применительно к социальному контексту «место» выступает аккумулятором субъективного опыта человека и обозначает локализацию его личных пространственных ощущений. В этом ключе место может пониматься как «совокупность составляющих его конкретных вещей, имеющих материальную субстанцию, форму, текстуру и цвет, которые все вместе определяют «характер окружающего пространства», представляющий собой сущность места»¹⁴. В результате место оказывается неким «тотальным» феноменом, который не может быть сведён к какому-либо отдельному своему качеству без утраты своей истинной природы: оно определяется как совокупность физических характеристик данного пространства, индивидуального восприятия его человеком и действий, которые в нем происходят. Таким образом, место может быть описано как точка, в которой физические и культурные характеристики пространства сливаются с эмоциональным восприятием индивида и функциональными потребностями¹⁵.

Как правило, с определенным местом связаны укорененные в месте человеческого проживания социальные и психологические процессы. Это

делает конкретное место не только пространством физического существования человека и проявления его жизнедеятельной активности, но и основанием социальной идентификации. В связи с этим, место превращается в важнейший источник индивидуальной и социальной идентичности, центр всего человеческого существования, обладающий глубокими эмоциональными и психологическими связями с человеком¹⁶.

Социально-психологические исследования связывают с представлениями о месте пять типов человеческих переживаний:

- непосредственные чувства и мысли;
- представления о мире;
- глубокое знание одного места;
- память;
- личная идентификация¹⁷.

Соотношение этих типов переживаний и их взаимосвязь друг с другом, как нам представляется, претерпевали изменения на протяжении эволюции цивилизационных форм. В «традиционных» культурах привязанность человека к «месту» являлась следствием глубоко укоренившейся в ритуалах взаимосвязи каждого члена социального коллектива с памятью предков, которую хранит данное место, и все указанные типы были синкретически слиты¹⁸. В индустриальную и постиндустриальную эпоху этого единства уже не стало, и привязанность человека к месту оказалась менее связана с памятью места.

¹³ Йейтс Ф. Искусство памяти. СПб.: Университетская книга, 1997. 479 с.

¹⁴ Bott S., Cantrill J.G., Myers O.E., jr. Place and the Promise of Conservation Psychology. *Human Ecology Review*, Vol. 10, No. 2, 2003. P. 101.

¹⁵ Ibid. cit.

¹⁶ Stedman R.C. Sense of Place and Forest Science: Toward a Program of Quantitative Research. *Forest Science*, Volume 49, No. 6, December 2003. P. 882.

¹⁷ Bott S., Cantrill J.G., Myers O.E., jr. Place and the Promise of Conservation Psychology. P. 100.

¹⁸ Гуревич А.Я. Аграрный строй варваров // Гуревич А.Я. Избранные труды. Древние германцы. Викинги. СПб.: Изд-во С.-Петерб. ун-та, 2007. 352 с.



Юлия Александровна ЖЕРДЕВА / Yuliya ZHERDEVA

| Чувство места как категория социальной памяти / Sense of Place as a Concept of Social Memory |

Расширение миграционных процессов в ходе урбанизации привело к размыванию прежних связей локальной аграрной общины с «местом». В немалой степени это сказалось на маргинализации первых поколений городского населения, особенно в тех странах, где урбанизация приняла самые масштабные формы и не была подкреплена заботой местных властей о социализации и инкультурации вновь прибывающих в город масс бывшего аграрного населения. Утрата связи с прежним «местом», то есть осознание ценности данного пространства в личной жизни каждого индивида и сообщества в целом, способствовала размыванию субъективной психологической привязанности человека к какому-либо месту. Это «выпадение» места из системы координат личности, по нашему мнению, в немалой степени послужило основанием маргинализации поведения «новых горожан». Компенсацией этого могло быть либо формирование новой локальной идентичности, либо окончательная потеря ценности «места» в личной или социальной жизни. И тот, и другой сценарий мы вполне можем увидеть в индустриальных странах.

Постиндустриальная ситуация внесла новые коррективы в процесс трансформации отношений человека с местом. Они стали выстраиваться заново, но уже на другой символической основе и при большем влиянии коммуникационных и информационных процессов, с одной стороны, и на основе формальной самостоятельности выбора человеком «места», с другой. Одновременно с 1960-х гг. стал проявляться процесс восстановления и конструирования места, который был направлен на сохранение ценности места в социальной жизни. Исследователями были отмечены следующие три тенденции в данном процессе:

1) противодействие на уровне местных политических сил, часто принимающее формы протеста местных сообществ против потенциальных угроз разрушить данное место;

2) индивидуальная чувствительность к месту как основа для восстановления того, что исчезает из этого мира;

3) необходимость найти способ для конструирования и сохранения отличительных мест¹⁹.

Указанные тенденции породили интерес разных областей научного знания к описанию взаимоотношений человека и места. В западной научной традиции это проявилось в активизации исследований, посвященных менеджменту зон рекреации, а также экологической психологии или средовой психологии²⁰. Именно в рамках данных научных направлений развернулась полемика о том, что именно следует определять как «чувство места», каковы факторы его формирования, как разграничить в нем психологические, политические и эстетические составляющие, каково значение средовой психологии в современном мире и пр. К сожалению, отечественная наука оказалась далека от этой полемики, концепт чувства места в данный момент не является признанной научной категорией и практически не исследован. Между тем, обращение к нему является необходимым с точки зрения расширения области фундаментальных исследований, а также с точки зрения поиска инструментов развития, как местной территории, так и локального сообщества.

Прежде всего, нам следует дать общее определение понятия «чувство места» и указать границы его использования в научной практике. Сложность выполнения данной задачи заключается в том, что определение «чувства места» меняется в зависимости от того, каков предмет исследования той или иной науки. Для философии чувство места – это отношение человека к витальному пространству, для социальной психологии – совокупность переживаний человека, связанных с непосред-

¹⁹ Bott S., Cantrill J.G., Myers O.E., jr. Place and the Promise of Conservation Psychology. P. 102.

²⁰ Stokols D., Altman I. Handbook of Environmental Psychology. New York: John Wiley & Sons. 1987.



Юлия Александровна ЖЕРДЕВА / Yuliya ZHERDEVA

| Чувство места как категория социальной памяти / Sense of Place as a Concept of Social Memory |

венным восприятием места, для политологии – идентификация человека с местным сообществом. Наше исследование строится на синтетическом понимании чувства места, т.е. на пересечении трех указанных выше его трактовок. Под чувством места мы понимаем отношение человека к своему жизненному пространству, выражающееся в непосредственных переживаниях относительно этого пространства и в осознании мотивов для локальной идентичности на его основе.

Чувство места определяется не столько физическими параметрами, воспринимаемыми человеком, сколько уверенностью в том, что у каждого места есть своя особая, только ему присущая, локальная ценность, определяемая часто как «дух места»²¹. Поскольку определенные места могут вызывать у различных людей сходные эмоциональные ощущения, у исследователей появляется возможность применять к месту такие эмоционально окрашенные понятия, как «дух места» (spirit of place) или «гений места» (genius loci)²². Естественно, в данном случае речь идет о весьма спекулятивных понятиях, используемых теми или иными индивидами или сообществами в своих целях (ритуальных, рекламных и пр.). Однако позиционируемая подобным образом «атмосфера» места, с позиции феноменологии, может выступать такой же истинной характеристикой места, как его «объективное» описание. Соответственно, практики, связанные с «открыванием» специфической для данного места «атмосферы» (ритуальные, художественные, рекламные и пр.), будут направлены именно на создание определенного символического понимания места, оказывающего, прежде всего, психологическое или ментальное впечатление на человека и меняющего его восприятие конкретного локального пространства.

²¹ Ardoin N.M. Toward an Interdisciplinary Understanding of place: Lessons for Environmental Education. Canadian Journal of Environmental Education, No. 11, 2006. P. 113.

²² Bott S., Cantrill J.G., Myers O.E., jr. Place and the Promise of Conservation Psychology. Pp. 102-103.

Нам представляется, что причина столь заметного значения «чувства места» в социальной жизни кроется в том, что оно возникает посредством создания взаимосвязей, как реальных, так и символических. По сути дела, формирование чувства места оказывается коммуникативным действием, основанным на реакции со стороны индивида на определенные факторы. И оно легко может превратиться в объект управленческих действий, например, при брендинге территории. Особенно актуальным чувство места становится в туристическом менеджменте или менеджменте зон рекреации, на что неоднократно указывали американские исследователи, давно занимающиеся данной проблематикой²³, поскольку позволяет придать управленческому действию социально-психологический эффект.

Понимая под коммуникацией процесс информационного взаимодействия, мы полагаем, что концепт «чувства места» может быть инструментом коммуникации между членами местного сообщества, местным сообществом и внешним миром, художником и внешним миром, а также между совершающим управленческое действие по отношению к конкретному месту и субъектами этого действия. Рассмотрим эти варианты коммуникации.

Как инструмент коммуникации между членами данного сообщества «чувство места» выступает связующим звеном, средством построения общей для сообщества идентичности, и, будучи принятым всеми членами этого социума, «чувство места» вполне способно создать пространство для коммуникации. Однако, если идентичность места обеспечивает его индивидуальность или отличие от других мест, то эта идентичность одновременно может и различаться в восприятии разных людей²⁴. Опасность в данном фокусе коммуникации заклю-

²³ Kruger, Linda E.; Hall, Troy E.; Stiefel, Maria C., tech. eds. Understanding concepts of place in recreation research and management. Portland, OR: U.S. Department of Agriculture, Forest Service, Pacific Northwest Research Station. 2008. Pp. 14-15.

²⁴ Stedman R.C. Sense of Place and Forest Science. P. 884.



Юлия Александровна ЖЕРДЕВА / Yuliya ZHERDEVA

| Чувство места как категория социальной памяти / Sense of Place as a Concept of Social Memory |

чается в том, что значения места, вкладываемые в него отдельными людьми, могут радикально отличаться друг от друга, и этих значений может быть столько же, сколько людей «причастны» к данному месту. В итоге этот конфликт значений станет препятствием и для взаимодействия и всех остальных действий, с ним связанных.

Как инструмент коммуникации между местным сообществом и внешним миром «чувство места» обладает меньшими рисками, за исключением того, что послание об уникальности данного места, сформированное локальным сообществом, может не разделяться внешним миром, на который это послание направлено. В какой-то степени, этим может объясняться «провинциализм», поскольку, в силу ряда психологических особенностей, отмечаемых исследователями, чувство места формирует не только связь человека с данным местом, но также и мотивацию защищать это место, прежде всего, на уровне символическом. Кроме того, всегда стоит учитывать динамичность восприятия места, обусловленную физической активностью личности, и возможные изменения этого восприятия²⁵.

Как инструмент коммуникации между художником и внешним миром «чувство места», выстраиваемое в ходе интерпретации художником данного места, может быть способом самого художественного высказывания либо его формой. В этом случае оно является для художника инструментом создания новых смыслов.

Наконец, как инструмент коммуникации между совершающим управленческое действие по отношению к конкретному месту и субъектами, на которых это действие направлено, «чувство места» может стать фактором развития данной территории либо определить направление его развития. Данное действие может иметь этнические или социально-экономические вариации, в зависимости от типа местной идентичности²⁶.

Таким образом, «чувство места», конструируя специфическое отношение к определенному месту, может рассматриваться как фактор формирования социальной памяти, а, следовательно, как основание социальной идентичности.

²⁵ Bott S., Cantrill J.G., Myers O.E., jr. Place and the Promise of Conservation Psychology. P. 104.

²⁶ Ibid. P. 106.

