

Методы и опыт социологического измерения

А.В. Стрельникова

СОЦИАЛЬНОЕ КАРТОГРАФИРОВАНИЕ: ЭВОЛЮЦИЯ МЕТОДА

Автор рассматривает социальное картографирование как одну из междисциплинарных методик, которая сейчас переживает всплеск интереса исследователей. Общим фоном такого повышенного интереса служит усиливающаяся «визуальность» социального мира в целом. Отмечается, что современные информационные технологии позволяют создавать многомерные, интерактивные разновидности карт, а возможности их использования в настоящее время выходят за пределы социальной географии и социологии города, охватывая практически все сферы повседневной жизни.

Ключевые слова: социальное картографирование, социология города, рисуночные методики, интерактивные карты.

Городское пространство заполнено знаками прошлого и настоящего, включая объекты архитектуры и искусства, рекламу, следы жизнедеятельности сообществ. Каждый из этих типов знаков может стать объектом внимания социолога, поскольку представления о повседневном пространстве используются индивидами для упорядочивания своего жизненного опыта. Именно поэтому различные методики, в основе которых лежит применение пространственных рисунков, карт и схем, достаточно активно используются в социальных науках, и интерес к ним в настоящее время возрастает.

Рисунки, ментальные карты, социальное картографирование. Сложившаяся традиция использования пространственных рисунков и картографических методик берет свое начало в работах Чикагской школы. В ходе проектов по изучению городской среды обычная карта Чикаго маркировалась в соответствии с социальными характери-

стиками городской среды (от популярности тех или иных городских мест до уровня преступности). Эти характеристики были получены в ходе серии наблюдений, результаты которых и наносились на карту. В результате социологические данные получали географическую привязку. Таким образом, социальное картографирование изначально понималось и как техническое подспорье для анализа, и как самостоятельный документ, повествующий о социальной реальности.

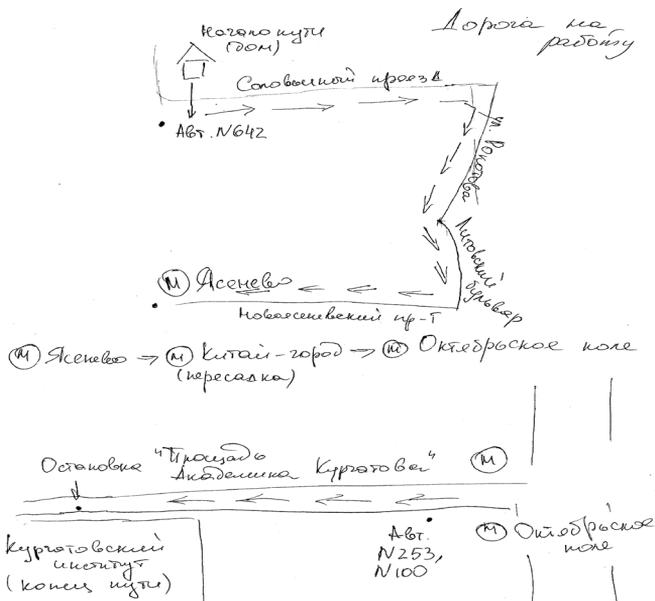
Следует различать собственно рисунки как образы пространства, рисунки – ментальные карты¹, в которых по просьбе исследователя структурно отображается определенная местность (территория, часть пространства), и непосредственно социальное картографирование, где схему пространства маркирует сам исследователь в соответствии с поставленными задачами (указывая на карте стоимость жилья, динамику политических протестов и т. д.). Ментальная карта города в отличие от рисунка города содержит схему пространства или, по крайней мере, отсылку к такой схеме, даже если ее масштаб (выбираемый информантом) произволен; в отличие от социального картографирования такая карта создается непосредственно информантом. Например, рисунок своего любимого места в городе или типичных городских маршрутов обычно наполнен личностным опытом, субъективными переживаниями. Он не обязательно совпадает с общей картиной и картографией города, поскольку отображает только те участки пространства, которые являются для индивида значимыми, ценными. Соответственно, исследователь может искать и интерпретировать визуальные образы, отражающие социальную среду респондента.

Примеры использования картографических методик. Картографические методики могут помочь в выявлении социальной обусловленности пространственных практик через наглядное отображение социальных границ. Так, в ряде эмпирических исследований были выделены группы горожан, различающиеся по преобладающим формам социальной активности и самоидентификации с определенными сегментами городской территории. Например, в исследовании Е.Ю. Герасимовой и С.А. Чуйкиной было обнаружено, что некоторые группы населения имеют излишне схематичное, стереотипизированное представление о социальных различиях по сравнению с другими жителями города. Так, рабочие, живущие на окраинах, считали, что для них предназначены новые районы, а центр города населяют «культурные люди», «интеллигенция»². В исследованиях А.Е. Карпова также были обнаружены различия в территориальной идентичности и, как следствие, в территориальном поведении горожан в зависимости от пола, возраста, образования, благосостояния³.

Примечательным выглядит наблюдение Н.В. Веселковой в ходе применения методики ментальных карт города: «Делясь впечатлениями по окончании рисования, информанты сетовали на свое незнание количества и официального названия районов, их размеров и соотношения друг с другом, местонахождения отдельных объектов и т. п.»⁴. Иными словами, все эти формальные, объективные категории оказались совершенно не важными для проживания в городе и для формирования его образа. Таким образом, данная группа методик помогает уточнить особенности восприятия городского пространства (отстраненное или личностное), описывает некоторые идентификационные аспекты, позволяет выявить символическую нагруженность различных элементов города.



Рис. 1. Примеры рисунков горожан



а)



б)

Рис. 2. Примеры ментальных карт

Использование схемы метро в социальном картографировании.

Наши эмпирические исследования показывают, что схема метро во многом влияет на формирование образа пространства Москвы. Это и значимый ориентир, и элемент, который масштабирует пространство: «У меня карта города, еще со времен института, ассоциируется исключительно с картой метрополитена, так и ориентируюсь иногда до сих пор. Ну и центр – это то место, где пересекаются больше всего кружочков... ну ты понимаешь, Пушкинская, Чеховская, Тверская».

Разного рода «изменения масштаба», связанные с метро, встречались нам неоднократно в ходе проводимых интервью. Например, люди не всегда могли четко сформулировать свой ответ о той или иной части города и начинали искать точки опоры в схеме транспорта: «Там, где заканчивается метро, там для меня уже начинается Подмосковье», «где Охотный ряд, там центр», «если ориентироваться по станциям метро, то это примерно где-то слева наверху. Митино, Планерная. Там точно не была ни разу».

Показательной выглядела ситуация с рассуждениями о том, живет ли сам респондент в центре города. Через описание личных ощущений («я в принципе себя комфортно чувствую в любом месте в центре... в пределах Садового кольца»; «центр – это то место, где найти человека, который подскажет дорогу, просто нереально, так как все снуют туда-сюда и все нездешние») субъективно воспринимаемые границы центра расширялись по направлению к месту проживания человека. Сначала описывался «единогласно понимаемый» центр столицы («Москва является столицей нашей страны, и каждый знает, что в центре находятся Красная площадь, Кремль, куранты, собор Василия Блаженного») как территория в пределах Садового кольца (исторический, административный, культурный центр). Далее границы центра субъективно расширялись с учетом того, сколько времени необходимо человеку, чтобы добраться от своего дома до центральных улиц.

Традиционные места для назначения встреч, особенно с незнакомцами, четко привязаны к схеме метро, причем, как правило, к центральным станциям: «Точно в центре... Я назначу у входа в м. Тверская»; «В центре зала на Пушкинской, ну в метро я имею в виду»; «На Китай-городе, в центре зала, на оранжевой»; «скорее всего это был бы центр Пушкинской подземки»; «Наверно ближе к моему дому, у метро Коломенская, ну или на Тверской».

Таким образом, в Москве метро является одним из главных и четко распознаваемых *путей*, по К. Линчу: «Пути – это коммуни-

кации, вдоль которых наблюдатель может перемещаться постоянно, периодически или только потенциально. Их роль могут играть улицы, тротуары, автомагистрали, железные дороги, каналы. Для многих это преобладающие элементы в их образе окружения: люди обозревают город, двигаясь по нему, относительно путей организуются все остальные элементы среды»⁵.

Московское метро выбирается как ориентир и место для романтических, дружеских и деловых встреч, а также используется в практиках неформальной экономики (например, для участников совместных закупок⁶, для частных продаж и обменов и т. д.). Подобная ориентированность горожан на метро характерна не для каждого мегаполиса. Так, А. Бикбов, сравнивая Москву и Париж, отмечает: «Зеркальная привязка ряда практик к оппозиции кафе/метро в Москве и Париже могла бы стать предметом самостоятельного анализа <...> встречи в Москве нередко назначаются на станции метро, и почти никогда в Париже (“это в принципе возможно, но странно”), но сразу в кафе, топографией которых парижанин должен владеть не хуже, чем москвич – топологией метро»⁷.

В рисунках маршрутов выделяются композиционные элементы, которые встречаются чаще всего: это перекрестки, названия станций и остановок, изображение различных видов транспорта, направление движения.

Интерактивные карты. В последние годы в связи с активным развитием Интернет-технологий появляются возможности для расширенного использования картографических практик. Эти процессы оказывают влияние и на модификацию социологических методов, таких как социальное картографирование. В частности, технические возможности многомерного отображения самых разных явлений социальной жизни привели к появлению *интерактивных карт*. Интерактивные карты – это динамичные визуальные материалы, отражающие различные внешне наблюдаемые аспекты общественной жизни и размещенные в той или иной схеме пространства. В отличие от традиционного картографирования подготовка интерактивной карты подразумевает, во-первых, наличие обратной связи между создателями карты и теми, кто ею пользуется, во-вторых, доступ к подобной карте осуществляется посредством сети Интернет, в-третьих, при подготовке интерактивной карты подразумевается отображение на ней неких многоуровневых динамических процессов и возможность дополнительных действий (например, возможность перехода от сегмента к сегменту карты и автоматическое переключение режима подачи информации о каждом

сегменте, наличие анимации). Одним из примеров может служить сервис «Мир карт», где представлены интерактивные карты как общего плана (плотность автодорог, прирост населения), так и тематически структурированные (социальная сфера, образование, экология, политическая активность)⁸.

В последние годы растут запросы на наполнение существующих карт субъективными составляющими, что приводит к развитию сегмента интерактивных карт, целиком создаваемых пользователями. В этом случае интересные объекты, а также комментарии к ним могут наноситься на виртуальную карту в реальном времени, для чего используются разнообразные интернет-сервисы и специализированные мобильные приложения для смартфонов. Например, пользователи социальных сетей могут отмечать свое актуальное местонахождение, включая географические координаты места и название объекта, а также добавлять фотографии и комментарии, причем данная «картографическая активность» становится сразу же доступна окружающим, которые также могут вовлекаться во взаимодействие по поводу наполнения карты⁹.

Таким образом, использование картографических методик становится все более популярным под влиянием «визуального поворота» в массовой культуре. Зародившись как социально-географическая методика, картирование пространственных объектов в настоящее время становится все более распространенным и в повседневной жизни. Визуальность социального мира находит свое отражение в современных информационных технологиях, которые позволяют создавать интерактивные разновидности карт. Такие карты подразумевают их использование среди самой широкой аудитории, становясь не только удобным инструментом визуализации и аналитической интерпретации, но и выполняя досугово-информационную функцию.

Примечания

¹ Н.В. Веселкова обращает внимание на то, что это понятие в настоящее время является размытым, поскольку под понятие ментальных карт подводятся разноплановые методические вариации рисунков о городе. В то же время должны существовать четкие методические критерии, уточняющие специфику именно ментальных карт. В своей работе она предлагает набор из таких критериев. См.: *Веселкова Н.В.* Ментальные карты города: вопросы методологии и практика

использования // Социология: методология, методы и математическое моделирование (Социология: 4М). 2010. № 31. С. 5–29.

- ² Герасимова Е., Чуйкина С.А. Символические границы и «потребление» городского пространства (Ленинград, 1930-е годы) // Российское городское пространство: попытка осмысления. М.: МОНФ, 2000. С. 150.
- ³ Карпов А.Е. Имплотация городского пространства: проблема существования центра в городах современной России // Там же. С. 92–113; Карпов А.Е. Различение. Пространство в городе // Статьи и эссе. Социологическое обозрение. Т. 1. № 2. 2001. С. 58–71.
- ⁴ Там же.
- ⁵ Линч К. Образ города / Пер. с англ. В.Л. Глазычева; сост. А.В. Иконников; Под ред. А.В.Иконникова. М.: Стройиздат, 1982 // URL: http://www.glazychev.ru/books/translations/Lynch/Lynch_2.htm (дата обращения 10.11.2012).
- ⁶ Практика совместных закупок (СП) стала популярной в последние 5–7 лет и представляет собой способ самоорганизации людей для выгодного приобретения различных товаров. Эта практика гендерно асимметрична (подавляющее большинство участников – женщины). В Москве встречи участников совместных закупок, связанные с передачей денег организатору и с последующей раздачей заказов, обычно происходят в метро.
- ⁷ Бикбов А. Москва / Париж: пространственные структуры и телесные схемы // Логос. 2002. № 3–4.
- ⁸ Мир карт [Электронный ресурс]. URL: <http://www.mirkart.ru> (дата обращения 02.10.2012).
- ⁹ См., например, сервис для смартфонов foursquare.com.