

# ПОВСЕДНЕВНЫЕ ДИСКУРСИВНЫЕ ПРАКТИКИ ГОРОДСКОЙ СРЕДЫ МЕГАПОЛИСА<sup>1</sup>

И.А. Зачесова

Институт психологии РАН, Москва

**Аннотация.** Представлены результаты изучения организации повседневных дискурсивных практик, реализующихся в городской среде мегаполиса. Описаны типовые компоненты интенциональной структуры дискурса внешней городской среды мегаполиса, реализованного в «обращениях города» к жителям, воплощенного в объявлениях, городских вывесках, плакатах и пр., и дискурса между незнакомыми людьми в ситуации вынужденного совместного времяпрепровождения. Показано, что важным фактором, определяющим особенности организации интенционального пространства городской среды в разных локусах мегаполиса, выступают ситуативно-территориальные потребности горожан. Текстовые формы в городской среде имеют информационную и фатическую направленность и ориентированы на информирование и регуляцию поведения горожан. Выявлены и описаны интенциональные характеристики выраженных в разных жанрах и представленных в разных локусах мегаполиса городских текстовых обращений. Охарактеризован интенциональный состав диалоговых форм дискурса незнакомых людей в открытом городском пространстве, выделены ведущие интенциональные направленности собеседников и частные интенции в их составе.

**Ключевые слова:** повседневный дискурс, дискурсивные практики, интенции, интенциональное пространство, городская среда, неформальное общение

В настоящее время трудно переоценить влияние, оказываемое большими городами на жизнь человека. Город это не только место обитания огромного количества людей, но и центр зарождения и управления экономической, политической, социальной и культурной жизнью современного общества. Все эти функциональные реальности современного города существуют в тесной взаимосвязи и взаимозависимости и образуют неразделимое единство.

Многофункциональная природа города делает его предметом изучения целого ряда наук. Широкий круг проблем мегаполиса активно разрабатывается в экономике, политологии, архитектуре, истории, социологии, культурологии, лингвистике и др. В психологических исследованиях городская среда обычно рассматривается в социально-психологическом контексте (Дробышева, Журавлев, 2016). Основные направления связаны с

---

<sup>1</sup> Работа выполнена по госзаданию ФАНО 0159-2018-0008.

изучением особенностей восприятия города, его предметно-пространственной, пространственно-временной и социальной среды, механизмов ментальных репрезентаций городского пространства в обыденном сознании горожан (Социально-психологические..., 2016; Габидулина, 2012). Продолжая цикл исследований психологических механизмов формирования дискурса и его функционирования в разных условиях коммуникации и социальных контекстах (Гребенщикова, Зачесова, 2014; Гребенщикова, Павлова, 2017; Психология дискурса..., 2016; Павлова и др., 2017 и др.), мы обратились к анализу дискурсивного пространства повседневной жизни горожан.

В современной жизни, выйдя из дома, житель мегаполиса, хочет он того или нет, погружается в море разнообразной городской информации, вступает в мимолетные контакты с незнакомыми людьми. Настоящее исследование обращено к изучению организации повседневных дискурсивных практик, реализующихся в городской среде. Объекты исследования: дискурс внешней городской среды мегаполиса, реализованный в «обращениях города» к жителям, воплощенных в объявлениях, городских вывесках, плакатах и пр., и дискурс незнакомых людей в ситуации ожидания в очереди, на остановке, во время поездки в транспорте и пр. Ставилась задача охарактеризовать интенциональный состав реализуемых в названных ситуациях видов дискурса и выделить психосоциальные факторы, определяющие их организацию. В работе использовался метод оценки психологического содержания речи – интент-анализ (Павлова, Гребенщикова, 2017).

Повседневное существование горожанина протекает в двух типах городского пространства – в открытом пространстве внешней городской среды (улицы, площади, дворы жилых домов, парки, стадионы, транспорт и т.п) и в городских объектах разного функционального назначения, имеющих свое внутреннее пространство (магазины, вокзалы, театры, банки, поликлиники и т.п.) (Китайгородская, Розанова, 2010).

В настоящем исследовании в фокусе внимания находилось дискурсивное пространство внешней городской среды мегаполиса.

Материалом для анализа интенциональной организации дискурса внешней городской среды послужили формирующие внешний облик города типовые текстовые «обращения» к жителям (объявления, городские вывески, рекламные щиты, плакаты, кино- и театральные афиши и мн. др.).

Результаты анализа показали, что важным фактором, определяющим особенности интенциональной организации дискурса внешней городской среды выступают ситуативно-территориальные потребности горожан. Письменные текстовые формы ориентированы на информирование жителей, регуляцию их поведения. В совокупности они формируют ту среду, в которой, хочет он того или нет, существует горожанин. Выявлены и описаны

интенциональные характеристики городских текстовых обращений, представленных в разных локусах мегаполиса и выраженных в разных жанрах.

Жизнь в мегаполисе постоянно требует от жителей умения ориентироваться в пространстве. Ориентирами в системе городских координат служат названия улиц, госучреждений, городских объектов разного функционального назначения (поликлиники, больницы, банки, почта, аптека, магазины и пр.), дорожные и городские указатели. Информационную, прагматическую, направленность в данном случае реализуют частные интенции «поименовать объект», «указать», «обозначить местоположение». Особую нишу занимают типовые дорожные указатели, регламентирующие правила дорожного движения, регулирующие действия его участников.

Городские вывески, рекламирующие разного рода продукцию и услуги, как правило, не содержат прямого побуждения к действию. Они нацелены на привлечение внимания горожан к объекту именованию с целью подтолкнуть их к совершению тех или иных действий. Выраженные в них интенции самопрезентации («убедить», «обещать», «посоветовать») интегрируют косвенные компоненты воздействия, формируя у потенциальных покупателей и клиентов упреждающие представления, мнения, оценки. Некоторые рекламные вывески одновременно являются территориальными указателями (*Мужик, гвоздь забил? Рынок строительных материалов в Никулино. До поворота налево 900 м*). Элементы рекламы часто включены в названия торговых объектов (*пиццерия Пицца из дровяной печи, палатка Пирог от очага*).

Информационно-просветительскую направленность имеют социальные плакаты, направленные на освещение актуальных событий, на привлечение внимания к проблемам мегаполиса и его жителей, изменение моделей общественного поведения. Они нацелены на прямое побуждение к действию и реализуют интенции «привлечь к участию», «напомнить», «предупредить», «запретить». Афиши информируют жителей о культурной жизни города (*Театр Современник - Сезон на Яузе - 2016-2017; Кремлевский балет – Кремлевские сезоны – с 1 по 24 июня*), городские плакаты, посвященные важным событиям, приглашают людей посетить те или иные мероприятия (приуроченная ко Дню Победы акция «Бессмертный полк»: *Мы пронесем портреты дедов по Красной площади. Ты с нами?*). Просветительский, дидактический характер носят социальные плакаты, связанные с реализацией городских программ разных направлений, служащие формированию ценностей и новых стереотипов социального поведения. Наиболее распространенными примерами такой социальной рекламы являются кампании, пропагандирующие здоровый образ жизни (*Трезвая Россия - В здоровом теле здоровый дух - Я выбираю трезвость - ГТО*) и охрану окружающей среды (изображение несчастного кота сопровождает текст: *Не оставляй меня на даче*; на стенде

подъезда: *Покорми птиц зимой. Меню: сало несоленое, семечки нежареные, ячмень, пшеница*; на улице: *Город – наш дом. Чистота и порядок в нашем доме зависит от нас*).

Фатическую направленность имеют городские социальные плакаты-поздравления, приуроченные к знаменательным датам, создающие праздничное настроение, способствующие консолидации гражданского общества (*С Новым годом, дорогие москвичи!; Поздравляем с Пасхой господней!; С Днем Победы! Мы наследники победителей!*).

Локализованные в разных зонах городской среды уличные объявления обращены к проблемам города и регуляции повседневной жизни горожан. В роли их авторов могут выступать как городские службы (префектура, управа, транспортная компания, метрополитен, администрация магазинов, парков и пр.), так и частные лица. Официальные объявления городских служб во дворах и на подъездах домов направлены на передачу жителям социально-полезной информации и служат «информированию» (при входе в магазин: *Магазин закрыт на учет. Приносим свои извинения*; информационный стенд на подъезде жилого дома: *Важные телефоны и адреса: управа района Раменки 8(495)93..., диспетчерская служба района...*), «напоминанию» (в транспорте: *Уважаемые пассажиры, при выходе не забывайте свои вещи*), «предупреждению» (на трамвайных путях: *Осторожно, листопад*; на улице: *Внимание! Сквозной проезд по Сахалинской улице временно закрыт. Выбирайте маршруты объезда*), «инструктированию» (в транспорте: *При обнаружении бесхозных вещей не трогайте их и сообщите водителю*; в вагоне метро: *Для экстренной связи с машинистом поезда нажмите кнопку и говорите*), «запрещению» тех или иных действий (в парке: *Выгул собак запрещен*; у входа в метро: *Курение у вестибюля метрополитена запрещено*; стенд на подъезде жилого дома: *Запрещен несанкционированный доступ и самовольное размещение любой информации на стенде*).

Объявления частных лиц касаются повседневных бытовых нужд отдельных горожан. Это покупка/продажа, аренда, ремонт жилья, потеря/находка чего-либо, поиск работы, обращение за помощью и предложение услуг. Обычно речевые интенции, реализуемые в частных объявлениях, это – «информировать» (*8 января в парке найдена собака. Небольшая, черная, лапки белые. Обращаться по тел. 8...*), «предложить услугу» (*Ремонт одежды любой сложности. Тел. 8...; Сдам комнату. Недорого*), «обратиться с просьбой/просить помощи» (*В районе ул. Лобачевского 3 января пропала йорк-девочка. Зовут Луна, стрижена, в розовом ошейнике. Вознаграждение за информацию о собаке гарантируем. Тел. 8...*).

На улицах города разговоры между незнакомыми людьми, находящимися в неофициальном статусе (прохожие, попутчики), обычно связаны с потребностью получить информацию или какую-либо помощь. Вместе с тем нередки и разговоры «ради общения», возникающие при ожидании в очереди, во время поездки в транспорте и пр.

В ситуации неофициального городского общения были выделены две формы взаимодействия: проблемное и отношенческое.

Область проблемной коммуникации в диалогах между собеседниками в неофициальном статусе очерчивается выяснением информации и побуждением партнера к действиям. Характерны следующие ведущие интенциональные направленности коммуникантов (ВИН): «получить информацию/побудить к диалогу» (39%), «поддержать диалог/предоставить информацию» (36%), «побудить к действию» (25%). Частные интенции в составе ведущих интенциональных направленностей носят очевидный проблемный характер: «поинтересоваться» («Здравствуйте. Где здесь ближе всего дежурная аптека?»); «уточнить» («Четырѣхсотого давно не было?»); «посоветовать» («Голову назад не нужно запрокидывать, это очень вредно для шеи»). Диалоги информационного типа оказались наиболее короткими (2-4 реплики): «Девушка, скажите, а к «Заре» в какую сторону? - Вам нужно вниз и налево – Спасибо». Иницирующие реплики часто выполняют двойную функцию: побудить к диалогу и получить информацию. В составе ВИН «поддержать диалог/предоставить информацию» наиболее выражены интенции «информировать» («Слева двухэтажное здание, на первом этаже, справа от входа сидит девушка, там есть ксерокс»), «предложить» («Давайте я заполню свой бланк, потом вам помогу. Подождите пару минут!»), «дать совет» («Сумки в двух руках нужно носить, для равновесия, грыжа не будет вылазить»), «сообщить» («Я отходила к соседнему прилавку, мужчине предупредила»). В ситуации неофициального общения горожан не было выделено попыток прямого побуждения к действию в виде инструктивных диалогов, столь распространенных в повседневном общении близких людей. ВИН «побудить к действию» содержит интенции «попросить» (в автобусе: «Подвиньтесь, я сяду!»); в маршрутном такси: «Девушка, возьмите. Передайте!»), «выразить заботу» («Проходите, там место есть»), «предложить» («Давайте местами поменяемся»). Часто просьбы не предполагают вариантов отказа и по сути приближаются к указаниям.

Основная канва диалогов с выраженной отношенческой линией взаимодействия – обмен мнениями, представление себя в определенном свете. Здесь на первый план выходят фатические интенции «сообщить», «поделиться мнением».

Побуждение к диалогу, обусловленное желанием субъекта сообщить случайному незнакомому собеседнику свое мнение, проявить эмоции – неотъемлемая часть повседневного общения в российской коммуникативной культуре. Искренность, эмоциональность, общительность, открытость, прямота являются «этнокультурными концепциями» общения россиян (Дементьев, 2013). В состав ВИН «побудить к диалогу/обсуждению» входят интенции «привлечь внимание» («А вопрос можно?», «Какие

*ребята молодцы!»*), «поинтересоваться» («*Я смотрю, это у вас парик такой хороший?»*), «поделиться мнением» («*Заблудился, что ли... Непонятно, что он здесь делает*»). Выражены также направленности на поддержание общения и партнера по коммуникации: интенции «продемонстрировать понимание собеседника» («*Да, точно! Я так и подумал*»), «выразить сочувствие» («*Ничего, бывает*»), «предложить помощь» («*Ставьте сумку мне на колени*»), «побудить к действиям» («*Вставайте! Вы же простудитесь*») и др. Частные интенции ВИН «проявить вежливость» это – «принести извинения - принять извинения» («*Извините, как я не ловко*» - «*Не страшно*»), «приветствовать» («*Добрый день*», «*Здравствуйте*»).

Столкновение интересов коммуникантов проявляется в ВИН «защитить себя, свою позицию» и ВИН «изменить мнение партнера». Самоохранительные интенции в составе ВИН «защитить себя, свою позицию» - «уклониться» («*Меня это вообще не касается*»), «оправдаться» («*Откуда я знаю, что вы будете делать*»), «осуществить самопрезентацию» («*Вы так похожи на мою дочь!*»). В составе ВИН «изменить мнение партнера» наибольший вес имеют интенции «выразить мнение» («*Совсем народ озверел! Куда катимся!*»), «возразить» («*Нет, так нельзя!*»), «критиковать» («*Если у вас проблемы, не надо на других срывать свое зло!*»). ВИН «выступить против партнера» часто имеет резко выраженный негативный характер. Здесь обнаруживаются интенции «осудить» («*Совсем девки обнаглели! Становятся на мужиков похожи!*»), «обвинить» («*Понаехали тут всякие!*»), «упрекнуть/выразить недовольство» («*Ну, что такое? Рук что ль нет? Трудно передать?*»).

Кроме того, обращает на себя внимание разное ролевое поведение незнакомых адресата и адресанта, возможность проявления коммуникативного неравенства. Адресант общения в русской коммуникативной культуре нередко более активен, чем адресат. Ему приписывается регулятивность и допустимость вмешательства в личную сферу адресата. В традиции русского общения предупреждать незнакомых о неприятностях, о беспорядке в одежде, о возможных материальных потерях; принято указывать, где лучше встать, куда лучше сесть в транспорте, куда поставить сумки и т.д. А со стороны адресата, как показывает материал нашего исследования, порою наблюдается коммуникативная пассивность, нежелание продолжать коммуникацию. Даже предложение помощи может вызывать недовольство и протест.

Итак, по результатам интент-анализа повседневных дискурсивных практик, сложившихся в городской среде мегаполиса, охарактеризованы типовые компоненты интенциональной структуры присущие дискурсу внешней городской среды, реализованному в «обращениях города» к жителям, и дискурсу между незнакомыми людьми в ситуации вынужденного совместного времяпрепровождения. Показано, что важным фактором,

определяющим особенности организации интенционального пространства городской среды в разных локусах мегаполиса, выступают ситуативно-территориальные потребности горожан. Текстовые формы в городской среде имеют информационную и фатическую направленность и ориентированы на информирование и регуляцию поведения горожан. Выявлены и описаны интенциональные характеристики выраженных в разных жанрах и представленных в разных локусах мегаполиса городских текстовых обращений. Охарактеризован интенциональный состав диалоговых форм дискурса незнакомых людей в открытом городском пространстве, выделены ведущие интенциональные направленности собеседников и частные интенции в их составе.

### **Литература**

*Габидулина С.Э.* Психология городской среды. М.: Смысл, 2012.

*Гребенщикова Т.А., Зачесова И.А.* Психология повседневного дискурса: Интенциональный аспект. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2014.

*Гребенщикова Т.А., Павлова Н.Д.* Дискурс и его психологическое воздействие: подходы к исследованию // Психологический журнал. 2017. Т. 38. № 3. С. 18–31.

*Дементьев В.В.* Коммуникативные ценности русской культуры: категория личности в лексике и прагматике. М.: Глобал Ком, 2013.

*Дробышева Т.В., Журавлев А.Л.* Город как объект исследования в социальной психологии: к истории вопроса // Социальная и экономическая психология. 2016. Т. 1. № 1. С. 196-213.

*Китайгородская М.В., Розанова Н.Н.* Языковое существование современного горожанина: На материале языка Москвы. М.: Языки славянских культур, 2010.

*Павлова Н.Д., Афиногенова В.А., Гребенщикова Т.А.* Речевое взаимодействие в неформальном повседневном дискурсе: интенциональный аспект // Психологический журнал, 2017. Т. 38. № 5. С. 41–54.

*Павлова Н.Д., Гребенщикова Т.А.* Интент-анализ: основания, процедура, опыт исследования. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2017.

Психология дискурса: проблемы детерминации, воздействия, безопасности / Под ред. А.Л. Журавлева, Н. Д. Павловой, И. А. Зачесовой. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016.

Социально-психологические исследования города / Отв. ред. Дробышева Т.В., Журавлев А.Л. М.: Изд-во «Институт психологии РАН», 2016.

**Сведения об авторе:** Зачесова Ирина Анатольевна, к. психол. н., старший научный сотрудник лаборатории психологии речи и психолингвистики, Институт психологии Российской Академии наук, Москва, [zachiosova-2004@mail.ru](mailto:zachiosova-2004@mail.ru)

## **DISCOURSIIVE URBAN PRACTICES OF EVERYDAY LIFE IN MEGAPOLIS**

Zachiosova I.

Institute of Psychology Russian Academy of Science

**Abstract.** The paper shows the results of the study on the organization of discursive practice realized in the environment of megapolis. The typical components of intentional structure of urban discourse that related to the outer environment of megapolis. It includes various kinds of messages addressed to citizens in requests, advertisement, signboards, posters, etc. We claim that citizens' needs related to a situation and location determine the specifics of intentional organization of urban discourse. Information presented in text forms in addition to the informative orientation has the fatic (modal) and regulative one. The features of speech intentions performed in the various genres of megapolis's messages were defined and explored. Intention content including main intentional orientations and particular intentions of the dialogical discourses functioning in communication between strangers in outdoor urban space is discussed.

**Key words:** everyday discourse, discursive practice, speech intentions, intentional space, urban environment, informal communication