

**Изучение семантического поля репрезентаций экологического образа жизни:
анализ фотографий.**

Тарасова Олеся Николаевна

Аспирант

Российский государственный социальный университет, Факультет социологии, Москва,
Россия

E-mail: alesia@mail.ru

Экологический образ жизни представляет собой довольно новую модель социального бытия, которая должна отвечать ценностям заботы об окружающей среде, реализующимся в процессе жизнедеятельности индивида. В силу дуальной природы образа жизни нормативные ценности становления экологического направления детерминируются как результатами осмысления индивидом соотношения «я - экологический образ жизни», сквозь призму субъективного опыта и индивидуальных социально-демографических характеристик, так и посредством целенаправленного социального конструирования представлений об экологическом образе жизни. Публичные экологические мероприятия могут служить механизмом хабиитуализации экологических практик, их ценности и смысловой нагрузки среди жителей мегаполиса, утрачивающих представления о взаимосвязи с окружающей природной средой, замещаемые социокультурным дискурсом.

Представляемый в рамках мероприятий образ аудитории воздействует на реальную целевую группу, становясь для неё «некоторым нормирующим кодом», который «навязывается её сознанию и становится нормой представления о себе, переносится из области текста в область реального поведения» [4]. Текст публичных мероприятий позволяет посмотреть на среду обитания человека, как на знаково-семиотическую реальность, наполненную связными последовательностями смыслов и значений [1]. Изучение семантического поля экологических мероприятий позволяет сформулировать гипотезы о дальнейших направлениях развития представлений об экологическом образе жизни и их реализации, выявить рискованные направления.

Подход семиотической интерпретации образа позволил проанализировать знаки с точки зрения формальных свойств и значений [5]. Анализ производился путём сопоставления означаемого, декларируемого в целях проведения мероприятия и означающего, представленного в тексте мероприятий [2], базировался на данных эмпирического исследования с использованием стратегии кейс-стади (n=16), в ходе которого были подготовлены фотографии и записи интервью. Использование фотографий как конечного продукта полевых наблюдений обосновано возможностью не только сделать выводы о составляющих семантического поля экологического образа жизни в мегаполисе, но и удачной практикой применения социологами изображений на последующих этапах анализа изучаемого социального явления с применением метода фотографического выявления [3].

По результатам исследования было выявлено несколько семантических блоков, которые потенциально могут быть заложены в восприятие смысла экологического образа жизни отдельными индивидами. К основным относятся: забота об окружающей среде, вегетарианство, защита животных, бренды экологически ответственных компаний, творчество, этнокультурные традиции, патриотизм, здоровый образ жизни, статус, благотворительность, сохранение памяти о себе, инновационность, ритуализм, семейные ценности. Мероприятие может интегрировать несколько смысловых направлений, однако, количество смысловых ориентаций, включённых в дискурс мероприятий, непостоянно. Широкий спектр, представленных в семантическом поле, знаков, перспективно рассматривать как маркетинговую стратегию, позволяющую привлечь внимание разнообразной аудитории.

Мероприятия, цель которых продвижение и реализация экологических товаров и услуг включают более широкий набор знаков, чем, например, традиционные экологические мероприятия для школьников. С точки зрения последствий выявленную тенденцию сложно оценить однозначно. Есть риск, что разнообразие смыслов не приведёт к формированию представлений именно об экологическом концепте, будет создавать неопределённость и вводить аудиторию в замешательство [5], потому что в рамках одного мероприятия экология - это традиции, другого - инновации. Тем не менее, и создание однородного смыслового поля будет эффективным только если продуцируемые смыслы соответствуют интересам аудитории.

Широкое семантическое поле публичных экологических мероприятий, в равной степени создаёт предпосылки к развитию экологического образа жизни - проявляющиеся в том, что каждый человек сможет найти для себя модель, отвечающую его базовым ценностям, социальному статусу, и риски, которые возникают ввиду того что различные смысловые интенции экологической деятельности могут создавать неопределённость в представлениях о том, что значит экологический образ жизни и экологическое поведение, способствовать эклектичной интеграции экологических практик в повседневность в замещение системной «экологизации» образа жизни.

Источники и литература

- 1) Азарян С.Г. Телевизионные тексты в пространстве информационно — семиотического подхода. Социально-гуманитарный вестник: Всероссийский сборник научных трудов. Специальный выпуск (9). Семиотика культуры и искусства. Материалы региональной научно-практической конференции. Краснодар: издательство Краснодарского центра научно-технической информации (ЦНТИ), 2011. С. 3
- 2) Барт Р. Нулевая степень письма – М.: Академический проект. 2008. с. 255 – 257
- 3) Богданова Н.М. Фотография как объект социологического познания: автореферат дис. ... кандидата социологических наук: 22.00.01/ РГГУ Москва, 2014
- 4) Лотман Ю.М. Текст в процессе движения: автор-аудитория, замысел — текст. Чтение с листа, с экрана и на слух: опыт России и других стран: сост. Гениева Е.Ю., Мелентьева Ю.П., - М РШБА, 2009. с. 47
- 5) Штомпка П. Визуальная социология. Фотография как метод исследования: учебник; пер. с пол. Н.В. Морозовой. – 2-е изд. – М.: Логос, 2010. С. 89
- 6) Connolly J., Prothero A. Green consumption: life-politics, risk and contradictions. Journal of Consumer Culture, 2008. Vol. 8 (1), p. 117-145