

18. Рильов К. Наша людина в Японії / Костянтин Рильов // День. — 2004. — № 54.
19. Флобер Г. О літературі, мистецтві, письменському труді : письма ; статті : в 2 т. : пер. с фр. / Г. Флобер. — М. : Худож. лит., 1984. — Т. 2. — 503 с.
20. Цвейг С. Збірник творів : в 10 т. / С. Цвейг. — М. : Терра, 1993. — Т. 10. — 732 с.
21. Цветаева М. Збірник творів : в 7 т. / М. Цветаева. — М., 1997. — Т. 4, кн. 1: Воспоминания о современниках. — 416 с.
22. Чекан Е. Слышать — значит видеть изнутри / Елена Чекан // Столичные новости. — 2001. — № 3.

*Марія Комова*

## КОМУНІКАЦІЯ МІСТА ЯК УРБАНІСТИЧНОГО СЕРЕДОВИЩА: ДО ПОСТАНОВКИ НАУКОВОЇ ПРОБЛЕМИ

*У статті розглядаються ключові наукові підходи до вивчення соціокультурного контексту функціонування засобів масової інформації в містах — урбаністичному комунікаційному середовищі. Порушується проблема зв'язку комунікації та аудиторії у межах конгломерації.*

**Ключові слова:** аудиторія, вплив, засоби масової інформації, комунікація, місцева влада, урбанізація.

*В статье рассматриваются ключевые научные подходы к изучению социокультурного контекста функционирования средств массовой информации в городах — урбанистической коммуникационной среде. Поднимается проблема связи коммуникации и аудитории в пределах конгломерации.*

**Ключевые слова:** аудитория, влияние, средства массовой информации, коммуникация, местная власть, урбанизация.

*The key scientific ways of approach to the study of social and cultural context of functioning of mass media in cities — urban communication environment are examined. The problem of connection of communication and audience within the limits of conglomeration is raised.*

**Key words:** audience, influence, mass media, communication, local-authority, urbanization.

Погляди на соціальну природу комунікацій як цілком позбавлену безпосередніх впливів соціокультурних чинників (згадаємо хоча б тео-

рію «глобального села» М. Маклюена) позначені актуальністю, однак фактори соціально-кластерного розширення трактуються як важливий елемент при аналізі принципів комунікативного впливу на різні прошарки сучасного українського суспільства. Урбаністична комунікація — величезна інфраструктура, яка не лише організує життя мегаполісів та великих міст, а й є, по суті, окремим організмом інформаційно-комунікаційних зв'язків декількох рівнів: у соціумах, у засобах масової інформації та між соціумами й ЗМІ.

Принципово йдеться про середовище, яке завдяки наявності у власних характеристиках двох феноменів, що взаємодоповнюють один одного («соціум» і «комунікація»), вимірюється категоріями часу і простору. До цього середовища виявляли інтерес дослідники різних наукових напрямів, але чи не найбільш влучно характеристику міської комунікації дала Т. Дрідзе, яка наголосила на тому, що людина самостійно здійснює вибір не лише комунікаційних джерел, а й стратегії поведінки, і цей вибір є соціокультурною субстанцією цієї людини. Більше того, маємо ефект «локального співтовариства», яке в урбаністичному розумінні об'єднане системами і принципами масової комунікації [5, с. 38—39].

Н. Луман натомість вважає створення якоїсь виокремленої за характеристиками принципів осілості комунікації ознакою децентралізації контролю переживань та емоцій, що прискорює громадську думку в тих масштабах, які раніше були невідомі історії [9, с. 88—90]. Структурно комунікація міста заснована на функціональному розподілі тлумачення контентних категорій висвітлення засобами масової інформації проблем — політика, культура, соціальне життя, спорт тощо. Це певне абстрагування від якихось прийнятих у соціумі традицій та правил, яке свідчить про достатній рівень незалежності формування суспільної свідомості.

З урахуванням подібних підходів можна твердити, що міська соціокультурна аура масової комунікації виступає певним механізмом суспільного буття громади. У цьому контексті варто звернутися до думки С. Пирогова, який, унаочнюючи методологію структурно-методологічного аналізу проблем мешканців урбаністичних регіонів, відзначав комплексність феномену міста, комплексність середовища міста як змістового модусу існування людей. Саме тому місто може розглядатися як структурно-функціональний об'єкт, пов'язаний із принципом діалогічності [10, с. 97—103].

Своєю чергою, Дж. Голд відзначав дуалістичний характер впливу урбаністичного середовища на реальний світ мешканців, яким доступно набагато більше змістового сенсу; маємо т. зв. «поведінкове середовище», що виступає основою прийняття тих чи інших рішень і здійснення тих чи інших вчинків [4, с. 134—135].

А. Моль, представляючи своє бачення вивчення проблем соціокультурного чинника урбаністичної комунікації, розділив поняття гуманітарної (за ним — традиційної) та мозаїкової культур як двох моделей комунікаційної культури. При цьому соціальний психолог вважає, що носіями традиційної культури є, наприклад, заклади освіти, інтелектуали, журналісти; до носіїв мозаїчної культури він відносить представників постмодернізму. Інтелектуальний аспект міської комунікації, стверджує А. Моль, схожий на якесь штучне середовище, в межах якого витісняється гуманітарна та гуманістична сфера знань, формуються якісь незвичні для традиціоналізму в комунікації, навіть дещо перебільшені за своїми масштабами представленості повідомлень про якісь події. Мозаїчність культурного повідомлення він визначає вибіркоким, цілком випадковим характером комунікації. Вчений доходить висновку, що саме міська комунікація породжує ефект мозаїчності — у способах передавання повідомлень, у принципах сприйняття, у методах інтерпретації.

Термін «мозаїстична культура» використовує у контексті міської комунікації і російський дослідник С. Кара-Мурза. Щоправда, він асоціює її з культурою гуманітарного гатунку. Розмірковуючи з приводу спадковості механізмів комунікаційного впливу на аудиторію, він порівнює систему і прийом повідомлень з якимись частками інформації, які людина вихоплює з цілісного потоку повідомлень [7, с. 207—211].

Співвітчизник С. Кара-Мурзи, М. Бахтін, принцип комунікації у великому місті зводить до контекстів. Контекстні контакти наповнюються змістом, виживають серед тисяч можливих інформаційних текстів та інформаційних приводів. Контакт у контекстному розумінні, за М. Бахтіним, — це діалог між текстами і зовсім не «опозиційні» контакти; подібне можливе лише в межах власне тексту, який містить певний компроміс між знаками та розумінням [1, с. 80—82].

Цю ж думку розвиває професор В. Владимиров, який, вивчаючи герменевтичні аспекти журналістської діяльності, особливу увагу звертає на суспільні рефлексії масового спілкування. На думку вченого, саме журналістська діяльність як прикладна характеристика функціонування мас-медіа сприяє інформаційному збагаченню суспільства.

В. Владимиров дає також чітке визначення функцій масового спілкування і масового розуміння, вважаючи, що головною функцією масового спілкування є забезпечення масового розуміння, а масове розуміння має забезпечити здійснення саморозуміння [3], — цікава думка, особливо якщо врахувати провідну для урбаністичної практики діяльності мас-медіа роль аудиторних характеристик сучасних ЗМІ.

Сьогодні руйнуються природні зв'язки людини з культурою як з контекстом, із взірцями, що регламентують поведінку, з'являється можливість вільного тлумачення і розуміння того, про що повідомляється. Етичні правила вже не ґрунтуються на знаннях і освіті, вони набирають силу залежно від того, як саме частина аудиторії тлумачить те чи інше повідомлення, що передається засобами масової інформації. Величезної ваги набувають особистісні контакти людей, у межах яких люди отримують ще більше повідомлень, — на цей раз у вигляді особистісних тлумачень та інтерпретацій, а це призводить до того, що постійно доводиться переглядати внутрішню позицію щодо тієї чи іншої проблеми, і чим більше контактів, тим більше підстав для сумнівів.

Отже, міська масова комунікація — базис для інтелектуального розвитку. Адже в світі контактів, нехай навіть і переважно візуальних, аудиторія отримує підстави для власних висновків — висновків щодо взірців поведінки і насамперед ставлення до вистави місцевого театру.

Свобода, втім, має на меті і певне дистанціювання від комунікаційного середовища. За умов глобалізації [6] це призводить до елементів певного комунікаційного відчуження, що, своєю чергою, спонукає людину до ізоляції. Урбаністичний контекст комунікації якщо не означає фізичну самотність, то самотність духовну — щонайменше.

В. Лихачов відзначає, що людина — за великим рахунком — боїться самотності. Вона намагається реалізувати себе у різних соціальних групах, а для того, щоби не загубитись у тенетах цих груп, ідентифікує себе як репрезентанта конкретної з них [8, с. 33—34]. Однак постійно з'являється нова інформація, змінюються настрої, виникають контексти, про які вже йшлося.

Отже, сталість приналежності людини до якоїсь соціальної групи примарна. Тож масова комунікація у великому урбаністичному соціумі не конче повинна мати позитивний результат — у сенсі щирості та людяності. Труднощі *соціальної ідентифікації* особистості призводять до того, що аудиторія часто використовує невластиві їй маски, які полегшують особистісну ідентифікацію з цією групою.

Класик комунікативістики Е. Тоффлер при цьому твердить, що для психологічної урівноваженості людині потрібні три соціальних чинники: сенс життя, структура життя і заангажованість до того, що виходить за межі розуміння цієї людини [11, с. 525—776]. Наприклад, йдеться про те, що таким неосяжним може бути... саме місто.

Ще у 50-х рр. ХХ ст. американець Н. Вінер наголошував на тому, що будь-яка суспільна система дуже схожа на індивідуумів — людей, що її творять. Разом вони творять організоване ціле, разом вони комунікаційно перебувають у єдиному зв'язку. Йдеться про соціально-комунікаційний організм. Він має динаміку, в якій процеси зворотного зв'язку, властиві комунікаційній сутності суспільства, відіграють ключову роль для розуміння інформації. Саме Н. Вінер зумів довести негативні наслідки порушення зворотних зв'язків між управляючою системою та суспільством, коли комунікація, яка мала б забезпечувати гомеостаз у суспільстві, опиняється у руках людей, чий особисті інтереси пов'язані з владою та грошима [2, с. 17].

Ще раніше, на початку століття, англійський соціолог П. Гедде сформулював дуалістичний підхід до комунікації у місті. Він наполягав на тому, що комунікація в межах урбаністичної одиниці, по-перше, тяжіє до принципу подвійного інформування (наприклад, місцева влада інформує мешканців про цілком коректне, цільове використання коштів і ресурсів, які йдуть на розвиток громади, а самі мешканці у зворотному зв'язку інформують владу про власні потреби); по-друге, використовує принципи оцінки мешканцями намірів райців розвивати місто.

Власне, саме право мешканців міста на участь у розробленні проектів, що сприятимуть розвитку міста, залишається ключовим чинником комунікації міста. Втім, розгляд цієї проблеми приведе нас до розвитку наступної проблеми — типологічної класифікації тих засобів масової інформації, які функціонують у містах.

1. *Бахтин М. М.* К методологии гуманитарных наук / М. М. Бахтин // Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества. — М. : Искусство, 1979.
2. *Винер Н.* Кибернетика, или Управление и связь в животном и машине / Н. Винер. — М. : Наука, 1983.
3. *Владимиров В. М.* Индивидуальное и социальное у массово-информационных процессах / В. М. Владимиров // Актуальные вопросы массовой коммуникации. — К., 2002. — Вып. 3, ч. 1.
4. *Голд Дж.* Основы поведенческой географии / Дж. Голд. — М. : Экономика, 1990.

5. Дридзе Т. Социальная коммуникация и культура в эоантропоцентристской парадигме. Прогнозное социальное проектирование и город / Т. Дридзе — М. : ИСАН, 1994—1995.
6. Иванов В. Ф. Аспекты массовой коммуникации / В. Ф. Иванов. — К., 2010. — Ч. 5: Глобализация.
7. Кара-Мурза С. Манипуляция сознанием / С. Кара-Мурза. — К., 2000.
8. Лихачев В. Убегая от одиночества / В. Лихачев // Эпистемология & Философия науки. — 2007. — Т. 13, № 3.
9. Луман Н. Формы помощи в процессе изменения общественных условий / Н. Луман. — М. : Наука, 1997.
10. Пирогов С. Феноменологическая социология и урбанистика / С. Пирогов // Вестник Томского государственного университета. Сер.: Философия. Культурология. Филология. — 2004. — № 282.
11. Тоффлер Э. Третья волна / Э. Тоффлер. — М., 1999.

*Оксана Сидоренко*

## ВТІЛЕННЯ ІДЕЇ РОЗВИТКУ ОСОБИСТОСТІ НА СТОРІНКАХ УЧНІВСЬКОЇ ПРЕСИ СХІДНОЇ УКРАЇНИ ПОЧАТКУ ХХ ст.

*У статті проаналізовано ідеї та принципи розвитку особистості, які пропагувалися на сторінках учнівської періодики Східної України початку ХХ ст. Визначено роль та місце учнівських видань у системі періодики; розглянуто основні орієнтири виховання молоді, методи формування моральних і духовних принципів людини.*

**Ключові слова:** *учнівська преса, молодь, розвиток особистості, виховання.*

*В статтє анализируются идеи и принципы развития личности, которые пропагандировались на страницах ученической периодики Восточной Украины начала ХХ в. Определены роль и место ученических изданий в системе периодики; рассмотрены основные ориентиры в воспитании молодежи, методы формирования моральных и духовных принципов человека.*

**Ключевые слова:** *ученическая пресса, молодежь, развитие личности, воспитание.*

*In this article the ideas and principles of the individual development which were popularized in the pupil's periodicals of East Ukraine in the beginning of the XX<sup>th</sup> cent. were analysed. The role and place of the pupil's*