

Світлана Закірова,

канд. іст. наук, доц.,

Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського

Київ, Україна

МІСТО ЯК ЕВОЛЮЦІЙНИЙ ПУБЛІЧНИЙ ПРОСТІР КОМУНІКАЦІЙНИХ ЗМІН

Автором розглядаються різні підходи до визначення наукового поняття «місто», проаналізована роль міста у процесі самоідентифікації його жителів. Ознакою міста виступає взаємодія публічного простору і комунікації, які формуються реальністю і мають певну циклічність. Публічний простір міста створюється політичною, соціальною, економічною реальністю, обумовлює характерні риси комунікації. З часом сама ця реальність починає конструюватися і контролюватися громадським і комунікативним простором міста. На різних історичних етапах розвитку міста постійно виконують функцію центрів комунікації, формуючи та розвиваючи нові форми масової комунікації. У рамках новітніх міст з'являються окремі локації публічного простору, де відбувається концентрація комунікації. Зворотною рисою розширення комунікаційного впливу сучасного міста виявляється потреба людини сховатися від постійного потоку інформації, активне піднесення візуальної комунікації.

Ключові слова: місто, комунікація, публічний простір, масова комунікація, ідентифікація.

Важливим трендом сучасного наукового дослідження виступає міждисциплінарність. Відповідно до таких підходів дуже привабливим з наукової точки зору об'єктом вивчення виступає місто. Наукове поняття «місто» має багатовимірну природу, що дозволяє йому бути предметом дослідження істориків, географів, архітекторів, інженерів тощо. Натомість сьогодні все актуальнішим у нових методологічних парадигмах виступає необхідність вивчення міста як елемента, інструмента і системи комунікаційних процесів. Місто як об'єкт наукового пошуку досліджували ще класики гуманітаристики М. Вебер, Г. Зіммель, Р. Парк, З. Бауман. При вивченні міста комунікація розглядається науковцями не просто як тип взаємозв'язку між людьми, що передбачає обмін інформацією, а як складна, комплексна, різнопланова соціально-інформаційна взаємодія.

Питання аналізу філософського, соціологічного і територіального аспектів розвитку міського середовища, еволюції інформаційних процесів та формування публічного простору міста, формування нових видів і проявів масової комунікації досліджують українські й зарубіжні вчені Я. Грицак, О. Мусієздов, І. Прибиткова, Г. Фесенко, Н. Павлов, О. Чернявська, Д. Локтіонова, І. Сидоренко та ін. Проте різноманітність аспектів означеної проблематики на сучасному етапі, зважаючи на загальний урбанізаційний тренд розвитку суспільства і піднесення технологій та активізацію соціальних комунікацій, потребує подальших досліджень. Метою статті є висвітлення особливостей еволюції публічного простору міста під впливом змін комунікаційних процесів.

На думку О. Пічугіної, передумовою до комунікації у будь-якому просторі виступає наявність відносин між чим-небудь і ким-небудь, виникнення зв'язку і взаємодія на основі цих відносин. Інтерації, що виникають, розуміють як дії учасників комунікації один на одного, взаємозалежність, зміну їхніх станів. Комунікація у такому разі виконує перетворювальну функцію, вона створює і репрезентує світ, у якому мешкають люди [1]. Місто в історичній ретроспективі стає тією локацією, де зміни в економічному і соціальному житті мешканців зумовлюють загальну трансформацію способу життя, свідомості і поведінки, що згодом стає спонукальним мотивом для діяльності людей у процесі облаштування і перетворення самого поселення.

Як зауважує доктор історичних наук, професор Я. Грицак, міста є порівняно недавнім винаходом людськості, оскільки довший час їх не існувало. Були різні за розмірами й укріпленнями селища, але невелика кількість поселень мали специфічні ознаки міста. Найстаріші міста відомі ще з часів Стародавнього світу, найдавнішим вважають місто Ур у Месопотамії. Серед міст, що залишаються безперервно заселеними від архаїчних часів дотепер, лідерство впевнено утримує місто Єрихон на Західному березі р. Йордан, в якому близько 8000 р. до н. е. мешкало близько двох тисяч жителів [2, с. 158].

Бурхлива поява міст як особливих видів поселень в Європі припадає на XI–XIII ст. Аналізуючи специфіку підходів до визначення міста, Я. Грицак зазначає, що найбільш поширеними вважаються критерії розмірів поселення та кількості його мешканців. Натомість, на думку українського вченого, обидва ці критерії досить умовні. Він підкреслює, що є багато випадків, коли великі населені пункти, які по суті були містами, тривалий час не мали такого статусу. А що до кількості жителів, то у різних країнах навіть у той самий час цей показник дуже різнився.

Наприклад, якщо для Австрії, Німеччини чи Франції 2 тис. мешканців було достатньо, щоб населений пункт вважати містом, то у Нідерландах, на північній території, де були великі агломерації, цей критерій був удесятеро більший – 20 тис. Тож історики вживають середній показник – 5 тис. осіб [3, с. 4].

На думку професора Я. Грицака, важливішим критерієм є інше. Це так звана креативність (creativity), якою є навіть не творчість, а здатність створювати середовище, обставини для творчості. У зв'язку із цим український науковець наводить думку Аристотеля, який писав, що у місто приходять для того, щоб торгувати, а залишаються для задоволення. Тобто, вважає Я. Грицак, місто – це те, що дає особі змогу отримати відчуття чогось якісно інакшого, це місце, де відчувається добра якість життя [3, с. 5–6]. В основі цієї креативності, вважає Я. Грицак, лежить фактор міста як простору зустрічі дуже багатьох людей, які приходять з різних причин, переважно для того, щоб покращити шанси свого життя чи виживання, і там залишаються.

Дуже співзвучною висунути українським вченим критерієм визначення міста є ідея лідера Чиказької школи соціології Р. Парка, який звертав увагу на те, що, «сформувавшись, місто ... стає великим сортувальним механізмом, котрий безпомилково добирає із загальної маси населення індивідів, найкраще пристосованих до життя в конкретному регіоні або конкретному оточенні» [2, с. 158]. Тобто, з одного боку, люди формують своє уявлення про місто і тим самим визначають міський статус поселення, а з іншого боку – вже саме місто як самостійний соціальний організм «обирає» собі мешканців, які зможуть далі розвивати його своїми зусиллями. У цих взаємозв'язках і взаємодії проявляється та перетворювальна функція комунікації, на яку ми звертали увагу вище. Певним проявом такої взаємодії і відповідним приводом для комунікації виступає усвідомлення спільності загальних інтересів мешканців міського поселення. На підставі такого усвідомлення відбувається самоідентифікація мешканців міста.

Певну ідентифікуючу особливість міста відзначав ще класик соціології М. Вебер. Він вважав місто союзом мешканців, які перебувають в однаковому правовому становищі й утворюють громадську організацію офіційного характеру з особливими органами. В основі існування такого союзу лежить критерій, визначений М. Вебером як «корпоративний характер» (Verbandscharakter). На думку доктора соціологічних наук О. Муєсєдова, це може бути інтерпретовано як розуміння мешканцями єдності міської громади, що виникає із загальних умов існування, тобто, по суті, мова йде про міську форму ідентичності [4, с. 31].

Традиційно ідентифікацію визначають як один з найважливіших механізмів соціалізації особистості, що виявляється в ототожненні індивідом себе з певною групою або спільністю. Вона сприяє активному освоєнню зразків і стереотипів поведінки, властивих членам цієї групи, прийняттю групових норм, цілей, соціальних ролей, установок, ідеалів як власних. В умовах міста ототожнення себе з групою таких само міських мешканців передбачає розуміння норм, прагнень, пріоритетів спільного, можливих власних ролей у групі жителів. Перебуваючи у суспільному просторі, містяни починають формувати фізичний простір міста. Нова територія вибудовується жителями вже з урахуванням потреб взаємодії і взаємозв'язків мешканців поселення, спрямовує зміст комунікацій, сприяє їх активізації та інтенсифікації в межах міста.

Формування спільноти містян відбувається через усвідомлення зростаючих потреб міста, які можуть задовольнятися завдяки появі нових економічних, політичних чи соціальних ролей мешканців поселення або за рахунок нових членів. Відповідні ідеї висловлював англійський філософ і соціолог польського походження професор Університету Лідса З. Бауман. Він вважав, що місто певним чином «зацікавлене» у тому, аби залучати до міського співтовариства нових членів [5, с. 27]. Їх умовно можна поділити на дві групи. Одна з них – це ті мешканці міста, які з різних причин поки не співвідносять себе з міським співтовариством, свої інтереси – з інтересами міста, які не відчують свою включеність у міський простір. Інша група – це потенційні мешканці міста, які вважають його привабливим місцем для життя, своєї економічної, соціальної і культурної активності.

О. Мусієздов наводить думку одного з класиків урбанізму Л. Мамфорда про те, що місто являє собою сукупність груп людей, які мають власні цілі. У цьому сенсі місто виступає як символ раціональності епохи і лише інструмент для досягнення власних, приватних цілей, позбавлений будь-якої сакральності. Але водночас місто виявляється ще й умовою, майданчиком, носієм можливостей для досягнення цих цілей – цінним саме тим, без чого ці цілі взагалі не могли б бути не тільки досягнуті, а й поставлені.

Український науковець наголошує, що міська ідентичність формується, у тому числі, на основі відчуття належності до міста як осередку, втілення і символу цінностей свободи, індивідуалізму, раціональності і тим самим – досягнень, успіху, мобільності, сучасності тощо. Сама неоднорідність міської спільноти розуміється не стільки як перешкода, скільки як важливий фактор досягнення бажаного [4, с. 36].

Певною ознакою нового міського загального простору виступає взаємодія двох складових. Публічний простір міста формується політичною, соціальною, економічною реальністю, але зі свого боку ця реальність починає конструюватися й контролюватися суспільним простором міста. Зокрема, саме суспільним простором з часом починають обумовлюватися характерні риси контактів, комунікації, взаємодії мешканців міста, виникають традиції та сталі форми поведінки містян, які чітко ідентифікують їх порівняно з представниками інших спільнот.

Історія розвитку міста свідчить про те, що процес взаємодії територіального й публічного простору з комунікацією має певну циклічність. На перших етапах становлення міського простору в умовах роз'єднаності жителів міста і відсутності сталих каналів інформації про інших жителів комунікативним простором стають локальні простори поселення, до яких частіше за все відносять вулицю, площу або ринок. Вони ставали і центром публічного простору, і головним каналом комунікації, і ядром суспільного життя. Вулиця ранньоісторичного міста виступала центром обговорення сільськогосподарських робіт – сівби, жнив, випасу худоби тощо. На вулиці відбувалися загальні сходи жителів, весілля й похорони, святкові гуляння й обговорення новин. Поява нових людей на вулиці, транзитних пересувань не знижували, а навпаки, підвищували публічну комунікаційну роль, наочно пов'язуючи місцеве співтовариство з життям інших вулиць міста, регіону і всієї держави [6, с. 3]. Головним каналом комунікації на цьому етапі вважалася особиста комунікація.

Середньовічне місто певним чином змінило конфігурацію взаємодії простору і комунікації. Вулиці і площі починають відігравати особливу роль лише в межах окремих районів поселення. У середньовічному місті формується чітка професійна структуризація, яка відображається як на просторовому – окремі вулиці чи райони, так і на комунікаційному рівнях, оскільки виникають специфічні громади – цехи ремісників, які встановлюють власні правила – статuti (устапи), що регламентують не тільки професійну, а й інші сфери життя співтовариства. Головним каналом спілкування і передачі інформації у громаді залишається особиста комунікація.

Натомість специфіка доіндустріального міста, зважаючи на його професійну структуризацію, поки і не вимагала наявності загальноміської комунікації. На думку Я. Грицака, середньовічне місто одразу після утворення мало забезпечувати власну безпеку, для чого створювалися великі мури, які водночас передбачали і певну замкнутість середньовічних містечок. Така замкнутість існувала іноді й у межах одного

поселення, яке було поділене стінами і мурами на окремі частини. Середньовічне місто складалося з окремих, багато у чому самостійних і самоврядних анклавів, центрами яких виступали ремісничі або торговельні слободи, монастирі, феодалні садиби. Вулиці міста виступають знову ж таки комунікаційними каналами, однак тепер вони являють собою простір поза окремими районами, оскільки часто доходили лише до воріт слободи, монастиря чи садиби, а внутрішні провулки знаходилися начебто за межами цих загальноміських комунікаційних транспортних систем.

Як вважає доктор економічних наук, професор І. Прибиткова, невисокий рівень суспільного поділу праці та його корпоративна організація, домінантна роль родини у життєдіяльності середньовічних городян і недиференційованість праці, побуту, відпочинку й навчання, чітко увиражена у просторі роз'єднаність окремих соціальних груп та їхня культурна однорідність, нерозвиненість транспорту та інших засобів зв'язку – все це спричиняло перевагу саме особистої комунікації на ґрунті територіальної або родинної близькості [7, с. 363].

Утім неможливість повністю ігнорувати прагнення сусідів спонукала містян посилювати комунікативні ресурси. Якщо праця на землі дозволяла дистанціюватися від справи сусідів, бо це практично не впливало на розмір врожаю, то торговець чи ремісник на ринковій площі мав обов'язково враховувати інтереси сусіда аби збільшити розмір власного виробництва чи продажу, зважаючи на конкуренцію товарів і послуг.

Серед науковців доволі поширеним є погляд на урбанізацію як на процес комунікаційних змін через проникнення міського укладу до поселень, які раніше існували як сільські. Зокрема, І. Прибиткова звертає увагу на те, що інтенсивна комунікація мешканців поселення виступає обов'язковою умовою того, щоб місто могло існувати як єдине ціле і не розпалося на конгломерат громад, мало пов'язаних між собою. Вона зазначає, що крик герольда, сурма, барабан, дзвін виступали певними передумовами появи засобів масових комунікацій у місті. За їхньою допомогою міська влада могла оперативніше керувати поведінкою городян. Природно, вважає науковець, що вузькі просторові кордони впливу цих засобів і невеликий обсяг інформації, яку вони несли, обмежували просторове зростання міста [7, с. 364]. Але поселення все ж втрачало характерні ознаки села і набувало риси міста.

Український вчений Я. Грицак пояснює територіальні межі розташування міських поселень наступним чином. «Принцип був простий: якщо... міста в першу чергу були місцем зустрічі, і цим місцем зустрічі

була переважно торгівля, то розрахунок був дуже простий – відстань, яку може подолати, скажімо, мешканець села, зранку вийшовши на базар, а ввечері до ночі повернувшись пішо додому» [3, с. 10]. Тож відстань приблизно у 25–30 кілометрів і була середньою просторовою межею щільності розташування міських поселень у середньовічній Європі.

На зв'язок комунікації з територіальними межами людського простору звертав увагу ще засновник Торонтської наукової школи теорії комунікації Х. Інніс. Відповідно до теорії Х. Інніса від технології комунікації, що домінувала на конкретному етапі розвитку людства, залежали і різні типи суспільного устрою, які формувалися і еволюціонували під тиском засобів масової комунікації. На думку вченого, використання нової технології письмової комунікації дозволило правлячим елітам здійснювати керівництво більшими територіями, створюючи повноцінні імперії. При цьому держави могли розширюватися до меж, які визначалися саме можливостями і обмеженнями технології засобів комунікації [8, с. 620].

Суттєве значення для розширення території міського простору мало виникнення друкарського верстата і письмових засобів масової комунікації. На думку П. Забеліна, вплив перших масово поширюваних друкованих текстів можна порівняти із впливом соціальних мереж та інших інтернет-ресурсів на сучасне суспільство [9, с. 41]. Поява друкарства і газет сприяли прискореному поширенню інформації у межах міста і держави. ЗМІ швидко втягнули в орбіту свого впливу величезні маси людей, сприяючи їх залученню до обговорення загального кола тем.

Поява нових технологій виробництва, машинної праці призвела до кардинального зрушення у просторі і комунікаційному середовищі міста. Територіальні межі міського поселення істотно розширилися внаслідок появи нових засобів транспортної комунікації (залізниця, автомобільний та електричний транспорт), які могли швидко доставити працівників на великі відстані до промислових фабрик та заводів. Публічний простір міста й комунікаційні стратегії мешканців почали пристосовуватися до нових потреб, змінюючи тим самим обличчя і світ самого поселення. У середовищі промислового міста почали активно створюватися окремі локації, які ставали центрами і вузлами комунікативних процесів. Замість середньовічних ринків, вулиць і площ головними майданчиками комунікації поступово стають магазини, культурні інституції, спортивні об'єкти, кав'ярні. У містах з'являються специфічні місця, спонтанно обрані представниками певних, об'єднаних за інтересами чи захопленнями, груп як центри комунікації. Зокрема, це може бути парк із дитячими атракціонами, де щодня гуляють зі своїми

дітлахами молоді мами, чи пейзажна алея, на якій збираються художники, реставратори і представники відповідної субкультури.

У сучасних містах виникли нові типи публічного комунікаційного простору, які не існували раніше – великі торговельні центри і торгово-розважальні комплекси. Американський автор Т. Банерджі зазначає, що на практиці торговельні центри «замінили міський центр і головну вулицю», оскільки в них можна спостерігати всі види активності, типові для відкритих громадських місць. Так, на думку американського дослідника, торговий центр є аналогом відкритого суспільного простору, але більш безпечним та обмеженим щодо можливості контактів із «небажаними», «чужими». Проте зміна місця локалізації простору комунікації не змінює її основних функцій [10, с. 64].

Наслідком пристосування міста до реалізації нових проявів комунікативної функції стає поширення візуалізації. Міський простір багато у чому відповідає на комунікаційні запити мешканців графічною інформацією. Як зазначає американський соціолог-урбаніст Р. Сеннетт, сучасне місто є майданчиком не для спілкування, а для спостереження, що говорить про трансформацію публічної культури, яка перетворюється із вербальної у візуальну, змінює свою форму і наповнення, але не втрачає своєї функції [10, с. 63]. Вивіски, реклама, навігація, інформаційні бігборди та сітілайти в сучасному місті виконують передусім інформаційну функцію як для замовника, так і для користувача такого повідомлення. Причому важливу роль у комунікативному посилі відіграє не тільки їхній текстовий зміст, а й форма, розмір чи колір. Наприклад, під час передвиборчих перегонів 2019 р. кандидати у Президенти України настільки чітко ідентифікували себе з певною кольоровою гамою агітаційних матеріалів, що кольорова інформація практично заміняла собою повідомлення про персоналію претендента.

Надмірний потік інформації, який щодня отримує мешканець сучасного міста, спричиняє потребу у відокремленні необхідної для особистості і зменшенні впливу зайвої інформації. На думку О. Пічугіної, через величезну кількість подій у міській комунікації і необхідність постійного перебування у публічному просторі, городянин XXI ст. часто прагне втекти з міста, при цьому фізично залишаючись в ньому, шляхом створення власного комунікативного простору. Городяни надягають навушники, відкривають книгу або постійно перевіряють новини чи повідомлення в Інтернеті у громадських місцях. Таким чином вони начебто виключають себе з публічного комунікативного простору. Однак варто зняти такий щит і людина знову потрапляє до комунікативного потоку міста [1, с. 64]. Через систему месенджерів і спеціальних програм у сучасних гаджетах особа

може спілкуватися лише з обраними користувачами, маючи змогу бачити комунікативні повідомлення великого загалу співрозмовників, не реагуючи на них. Тобто, вплив надто активного, а інколи навіть агресивного інформаційного потоку у межах міського середовища сприяє формуванню іншого рівня комунікації, який виступає більш уособленим і персоніфікованим в умовах загального публічного простору.

Отже, підсумовуючи результати проведеного аналізу, варто зазначити, що розвиток міста як особливого соціального організму з самого початку свого існування відбувався під впливом взаємодії територіального та комунікативного простору. На різних історичних етапах міста постійно виконують функцію центрів комунікації, формуючи й розвиваючи нові форми масової комунікації. У межах новітніх міст з'являються окремі локації публічного простору, де відбувається сконцентрованість комунікації. Зворотною рисою поширення комунікативного впливу сучасного міста є потреба людини сховатися від постійного потоку інформації, активне піднесення візуальної комунікації. Функціонування міського простору має суттєве смислове комунікативне навантаження, потенціал якого впливає на світосприйняття і самовизначення мешканців міста.

Актуальність зазначеної тематики зумовлює потребу дальших наукових розвідок, перспективними напрямками яких, на наш погляд, видаються дослідження історії впливу засобів масової комунікації на формування міської самоідентифікації, віддзеркалення різних проявів комунікаційних змін у суспільному просторі сучасних українських міст.

Список використаних джерел

1. Пичугина О. Урбаністическое пространство в коммуникативной оптике [Електронний ресурс] / О. Пичугина // Медиа. Информация. Коммуникация. – 2017. – № 21. – Режим доступа: <http://mic.org.ru/new/645-urbanisticheskoe-prostranstvo-v-kommunikativnoj-optik> (дата обращения: 15.05.2019). – Загл. с экрана.

2. Омельченко Н. Соціально-географічна урбаністика: досвід та історіографія [Електронний ресурс] / Н. Омельченко // Часоп. соц.-екон. географії. – 2015. – Вип. 19. – С. 157–164. – Режим доступа: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chseg_2015_19\(2\)_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chseg_2015_19(2)_29) (дата звернення: 15.05.2019). – Назва з екрана.

3. Грицак Я. Лекції курсу «Вибрані питання європейської історії» [Електронний ресурс] / Я. Грицак. – 2016. – Режим доступа: <http://er.usu.edu.ua/handle/1/841> (дата звернення 16.05.2019). – Назва з екрана.

4. *Мусиездов А. А.* Проблематика городской идентичности в социологической классике / А. А. Мусиездов // Вісн. Харк. нац. ун-ту ім. В. Н. Каразіна. Серія: Соціологічні дослідження сучасного суспільства: методологія, теорія, методи. – 2013. – № 1045. – С. 30–36.

5. *Чернявская О. С.* Город как коммуникативное пространство [Электронный ресурс] / О. С. Чернявская // Город меняющийся: траектория развития и культурные пространства. – 2011. – С. 24–34. – Режим доступа: https://bitly.su/TJ5_h3_j (дата обращения 12.05.2019). – Загл. с экрана.

6. *Павлов Н. Л.* Взаимодействие пространства созидания и пространства коммуникации [Электронный ресурс] / Н. Л. Павлов // Архитектура и современные информационные технологии. – 2012. – Режим доступа: https://marhi.ru/AMIT/2012/special_12/pavlov/pavlov2.pdf (дата обращения 14.05.2019). – Загл. с экрана.

7. *Прибиткова І. М.* Еволюція міських систем у часі й просторі: український варіант [Електронний ресурс] / І. М. Прибиткова // Містобудування та територіальне планування. – 2011. – Вип. 41. – С. 351–368. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/MTP_2011_41_51 (дата звернення 15.05.2019). – Назва з екрана.

8. *Закірова С.* Технологічний детермінізм засобів масової комунікації у часі і просторі (за теоретичною концепцією Харольда Інніса) / С. Закірова // Наук. пр. Нац. б-ки України ім. В. І. Вернадського. – Київ, 2017. – Вип. 48. – С. 615–629.

9. *Забелин П. В.* Технологии коммуникации рубежа XIX–XX веков и современная цифровая экономика: исторические аналогии [Электронный ресурс] / П. В. Забелин // Образовательные ресурсы и технологии. – 2018. – № 1 (22). – С. 39–43. – Режим доступа: <https://doi.org/10.21777/2500-2112-2018-1-39-43> (дата обращения 16.05.2019). – Загл. с экрана.

10. *Жулькевська О. В.* Суспільний простір міста як об'єкт соціологічного вивчення та емпіричний референт соціальних змін [Електронний ресурс] / О. В. Жулькевська, М. В. Грищенко // Соціологічні студії. – 2012. – № 1. – С. 61–66. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/socst_2012_1_13 (дата звернення 17.05.2019). – Назва з екрана.

References

1. Pichugina, O. (2017). Urbanisticheskoe prostranstvo v kommunikativnoi optike [Cities Through the Communication Lens]. *Media. Informatsiia. Kommunikatsiia – Media. Information. Communication*, issue 21. Retrieved

from <http://mic.org.ru/new/645-urbanisticheskoe-prostranstvo-v-kommunikativnoj-optik> [in Russian].

2. Omelchenko, N. (2015). Sotsialno-heohrafichna urbanistyka: dosvid ta istoriohrafia [Socio-geographic Urban Studies: Experience and Historiography]. *Chasopys sotsialno-ekonomichnoi heohrafii – Human Geography Journal*, Vol. 19, pp. 157–164. Retrieved from [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chseg_2015_19\(2\)_29](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Chseg_2015_19(2)_29) [in Ukrainian].

3. Hrytsak, Y. (2016). Leksii kursu «Vybrani pytannia yevropeiskoi istorii». [Lectures on the course «Selected Issues of European History»]. Retrieved from <http://er.ucu.edu.ua/handle/1/841> [in Ukrainian].

4. Musiezdov, A. A. (2013). Problematika gorodskoi identichnosti v sotsiologicheskoi klassike [The Problem of Urban Identity in the Sociological Classics]. *Visnyk Kharkivskoho natsionalnoho universytetu imeni V. N. Karazina. Seriya: Sotsiologichni doslidzhennia suchasnoho suspilstva: metodolohiia, teoriia, metody – Bulletin of V. N. Karazin Kharkiv National University. Series «Sociological Studies of Co Contemporary Society»*, Vol. 1045, pp. 30–36. [in Russian].

5. Cherniavskaia, O. S. (2011). Gorod kak kommunikativnoe prostranstvo [City as a communicative space]. *City changing: development trajectory and cultural spaces* (pp. 24–34). *bitly.su*. Retrieved from https://bitly.su/TJ5_h3_j [in Russian].

6. Pavlov, N. L. (2012). Vzaimodeistvie prostranstva sozidaniia i prostranstva kommunikatsii [Interaction of space of creation and space of the communication]. *Arkhitektura i Sovremennyye Informatsionnyie Tekhnologii – Architecture and Modern Information Technology*. Retrieved from https://marhi.ru/AMIT/2012/special_12/pavlov/pavlov2.pdf [in Russian].

7. Prybytkova, I. M. (2011). Evoliutsiia miskykh system u chasi i prostori: ukraïnskyi variant rozvytku [Evolution of urban systems in time and space dimension: Ukrainian way of development]. *Mistobuduvannia ta terytorialne planuvannia – Urban and Territorial Planning*, Vol. 41, pp. 351–368. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/MTP_2011_41_51 [in Ukrainian].

8. Zakirova, S. (2017). Tekhnolohichniy determinizm zasobiv masovoi komunikatsii u chasi i prostori (za teoretychnoiu kontseptsieiieiu Kharolda Innisa) [The Technological Determinism of Means of Mass Communication in Time and Space (in Harold Innis's Theoretical Concepts)]. *Naukovi pratsi Natsionalnoi biblioteky Ukrainy imeni V. I. Vernadskoho – Transactions of the V. I. Vernadsky National Library of Ukraine*, issue 48, pp. 615–629. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/npnbuimviv_2017_48_47. DOI: <https://doi.org/10.15407/np.48.615> [in Ukrainian].

9. Zabelin, P. V. (2018). Tehnologii kommunikatsii rubezha XIX–XX vekov i sovremennaia tsifrovaia ekonomika: istoricheskie analogii [Communication technologies of the Turn of the XIX–XX Centuries and the modern digital Economy: historical analogies]. *Obrazovatelnyie resursy i tekhnologii – Educational Resources and Technology*, issue 1 (22), pp. 39–43. DOI: <https://doi.org/10.21777/2500–2112–2018–1–39–43> [in Russian].

10. Zhulkevskaya, O. V., Gryshchenko, M. V. (2012). Suspilnyi prostir mista yak obekt sotsiologichnogo vyvchennia ta empirychnyi referent sotsialnykh zmin [Public Space of City as an Object of Sociological Investigation and Empirical Referent of Social Changes]. *Sotsiologichni studiyi – Sociological Studies*, issue 1, pp. 61–66. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/socst_2012_1_13 [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 17.05.2019.

Svitlana Zakirova,

Cand. Sci. (Historical), Associate Professor, Senior Research Associate,

V. I. Vernadsky National Library of Ukraine

Kyiv, Ukraine

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-5396-7210>

City as an Evolutional Public Space of Communication Changes

The paper presents examination of various approaches to the definition of the scientific concept of a «city», analysis city role in the process of its inhabitants' self-identification. One of city characteristics is interaction of public space and communication, which is formed by reality and has a certain cyclical nature. City public space is created by political, social, economic reality, and determines the characteristics of communication. Subsequently, this reality itself begins to be constructed and controlled by the public and communicative space of the city. At different historical stages of development cities constantly perform the function of communication centers, elaborating and developing new forms of mass communication. Within the new cities, separate locations of public space appear where communication is concentrated. The opposite feature of the expansion of the communication impact of the modern city is the human need to hide from the constant flow of information, the active dissemination of visual communication.

Keywords: city, communication, public space, mass communication, identification.