

ВПЛИВ МЕДІАКУЛЬТУРИ НА ХАРАКТЕР ТРАНСФОРМАЦІЙ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ В СУЧАСНОМУ МІСТІ

Науковий вісник Ужгородського університету. Серія: філологія. Випуск 20.

УДК 179.1:659.3

Голоднікова Ю. Вплив медіакультури на характер трансформацій соціальної комунікації у сучасному місті; стор. 7; кількість бібліографічних джерел – 8; мова українська.

Анотація. У фокусі статті – аналіз динаміки розвитку соціальної комунікації у сучасному місті. Місто розглядається як сцена, де розгортаються нові моделі публічного простору, обумовленого впливом мас-медій.

Ключові слова: мережеві потоки, публічний простір, міські розваги, образ, електронна комунікація, інтерактивність, візуальне мислення.

Summary. The article focuses on the analysis of social communication dynamics in contemporary city. The city is regarded as a scene where new models of public space influenced by mass media are going on.

Key words: network, public space, urban games, image, electronic communication, interactivity, visual mind.

Актуальність теми: Культура мас-медіа формувалася десятиліттями і на рубежі ХХ–ХХІ сторіч виплюснула на поверхню нову якість соціальних стосунків, обумовлених впливом медіа. А сучасне місто стало найкращим майданчиком для творчих експериментів з комунікації у публічному просторі.

Постановка проблеми: Візуалізація інформації про товари, послуги, стиль і спосіб життя здійснюється за допомогою каналів комунікації, що створює структуру і параметри предметно-речового середовища, а тому змінює способи візуального сприйняття міста. Не дивно, що багато дослідників розглядають публічний простір як «арену для самовираження, самоствердження та демонстрації відмінностей соціальних груп і культур, представники яких живуть в даному місті» [1, с. 54].

Ця публікація – фрагмент розширеного дослідження, яке має за мету проаналізувати нові вимірювання соціальної комунікації у публічному просторі сучасного міста.

Аналіз останніх досліджень і публікацій: Найбільш важливими для нашої статті виявилися концепції і роздуми представників соціологічного, філософського і психологічного знання: А. Лефевра, Н. Лумана, М. Маклюєна, П. Бурдьє, Ж. Бодрийяра, Гі Дебора, Дж. Лакана, М. Кастельса, Е. Тоффлера, а також дослідження різних аспектів масової комунікації в роботах Л. Мановича, Б. Потятинника, Г. Почепцова, О. Косяк. Наш підхід у дослідженні форм соціальної комунікації в просторі сучасного міста ґрунтується на бодрийярівському розумінні процесу споживання як символічного привласнення й обміну, розвиває ідею щодо провідної ролі мас-медіа в здійсненні цього обміну, або «спектаклю» (за Гі Дебором), і стверджує, що форми поведінки, обумовлені впливом мас-медіа, виникають як потреба людини в різноманітних видах комунікації з Іншим – людиною, соціумом, містом.

Пошуки ідентичності підштовхують кожного з нас до того, щоб бути ближче до себе подібного. В сучасному суспільстві процес отримання відповідей на хвилюючі питання найбільш динамі-

чно реалізується через інтернет-комунікацію. Власне, проблему ідентичності Мануель Кастельс вважає за наріжний камінь мережевого суспільства: обов'язковою умовою контракту між отримувачем повідомлень і каналом мас-медіа є сам отримувач повідомлень. Він приймає лише те, що співвідноситься з власним життєвим досвідом, бачить те, що хоче бачити, вмикає телевізор, щоб дізнатися про те, що відповідає його уявленням про себе в конкретний момент. Мережа постійно провокує особу шукати те, що ніколи остаточно не задовольнить її запитів, але компенсує це «ніколи» символічним приєднанням до «своєї зграї».

Оцінюючи перспективи інтеграції електронних комунікацій у соціум, М. Кастельс уявив образ мережевого світу: суспільство перетворюється на мережу комунікацій, мережа «працює» безперервно, комунікації перебувають у постійній взаємодії, характер взаємодії обумовлений потоками інформації. «У цій мережі жодне місце не існує саме по собі, – відзначив М. Кастельс, – оскільки позиції визначаються потоками. <...> Технологічна інфраструктура, на якій будується мережа, визначає новий простір майже так само, як залізничні визначали «економічні регіони» і «національні ринки» індустріальної економіки, так само, як окреслені зовнішніми межами інституційні постанови громадян (та їх технологічно передові армії) визначали «міста» торгового суспільства в епоху виникнення капіталізму й демократії. Ця технологічна інфраструктура сама є вираженням мережі потоків, архітектура й зміст яких визначаються силами, що діють у нашому світі» [2].

Аналогія «місто»–«мережа» і метафора «простір потоків» одразу ж були підхоплені послідовниками ідей М. Кастельса. Наукове співтовариство заговорило про те, що, завдяки розвитку телекомунікацій, простір міста поповнюється ще одним «рівнем», або «віртуальним поверхом», який «все більше вступає в протиріччя з простором місця». Нескінченні розмови по мобільних телефонах на вулицях і в суспільному транспорті, нав'язливе мигтіння вуличних рекламних моніторів – усе це, за словами Еріка Клейтенберга, створює «гібрид-

ні місця, напружений стан в яких свідчить про зростаючий розрив між простором потоків і простором місця» [3]. Продовжимо цю думку: гібридні місця – ознака трансформації публічного простору сучасного міста в альтернативні форми комунікації. Поширені практики ігрової діяльності, обумовлені можливостями мережевої творчості, – квести, змагання з міського орієнтування (нова пізнавально-змагальна форма краєзнавства), флеш-моби – спрямовані на карнавально-творче перетворення міста.

Так, відомий мережевий проект DOZOR, що має слоган «Граї з містом!», 15.02.09 р. здійснив Пішохідний квест «Відстоїмо Севастополь!». Про цю подію повідомило агентство новин «Е-КРЫМ». Учасники квесту виконували різні завдання, розгадували головоломки та шифри. «Історія переписується, – зазначила Лариса Мельник, ініціатор акції, – ми повертаємося до своїх витоків, до людей, які грають найважливішу роль в історії нашого міста, і бажаємо, щоб молодь, жителі Севастополя знали й любили своє місто» [4]. А ось як відреагували на квест самі учасники акції на форумі мережевого проекту DOZOR (тексти наводяться без змін):

Derek: «Хорошая разминка+ хороший пиар Дозор»; FaNk: «Классная игра! Для первого раза мы отыграли просто на отлично! Обидно что от лидера всего на 7 минут отстали((... ХОТИМ ЕЩЁ ПОДОБНОЙ ИГРЫ!!!!))»; Христя: «Да, игра была отличная – весело и со вкусом. Единственное, что не понравилось – некорректность некоторых заданий, например, про Нахимова – он же не постоянно крутится! Не точная, сбивающая формулировка ((а так, все было на высшем уровне!» [5].

Можливість «відчути місто ногами», вивчити його в динаміці повсякденного життя пропонує мережевий проект «Місто, що біжить». У його основі, за висловами організаторів, «давніше бажання поділитися своїм містом, показати його з несподіваного боку». Мета «Міста, що біжить» – «зв'язати воедино ті частини, котрі могли здаватися розрізненими, розповісти про маловідомі або незаслужено обділені увагою живописні куточки» [6]. Примітно, що змагання з міського орієнтування побудовані на використанні типово урбаністичних засобів переміщення: громадського й особистого транспорту, роликів ковзанів і пішого ходу.

Принцип змагання закладений і в основу командних виступів із паркуру, хоча цей вид екстремального спортивного руху спрямовано більше на боротьбу спортсмена зі своїми страхами й комплексами. Спочатку паркур з'явився в кіно («Ямакасі», «13й район»), потім – перемістився на вулиці міст. Причому учасників подібних змагань надихає не тільки сучасне місто, але й руїни стародавнього Херсонеса: «Херсонес идеален для паркура. – Повідомляється на одній із сторінок Живого Журналу. – Маршруты любого уровня сложности, есть и скоростные, все поверхности не сколь-

зят...Если же захочется большего – можно потрейсить по Севастополю – в этом городе нет ни одного непреодолимого забора, а для любителей острых ощущений в самых неожиданных местах есть военные части с расслабленными солдатами» [7].

Мабуть, А. Лефевр, який мріяв про новий урбанізм, міг би констатувати той факт, що вулиця не відмовилася від своїх історичних функцій. Вона відкрита для раптовості і залишається ігровою сценою, підтвердження цього – наведені приклади активної соціальної комунікації з містом. У цьому контексті флеш-моб виглядає гібридною формою комунікації, що іноді виконує функцію ілюстрації до коментарів на форумі [8], іноді – жести, репліки у бік ідеології і суспільної моралі, згорнутого повідомлення. Головною характеристикою флеш-моба залишається візуальна провокація в публічному просторі. Наведемо приклади діалогів кримських мобберів, які обговорюють проведення чергової акції (тексти сайту <http://nitro.com.ua/flashmob/forum> наводяться без змін):

Drgregor: *Имитируем присутствие людей, которых, типо, видим только мы, мобберы. К примеру: кто-то тащит верёвочку, имитирует сабаку; двое говорят с кем-то невидимым и тп. моно пофантазировать.*

Fenix: *Супер! И совсем она не бредовая!!! Я, например, буду кататься на мопеде.*

RoKo: *А я буду копать невидимую яму невидимой лопатой!*

Punk: *Ага, а я буду пить пиво, которого нет... А можно ещё драться с невидимкой.*

Наступний приклад – обговорення проведення арт-моба (тексти сайту <http://nitro.com.ua/flashmob/forum> наводяться без змін):

Дядя Андрей: *Вообщем родилась идея такого арт-моба:*

Люди по одному – несколько человек изображают какую-нибудь скульптуру на протяжении 10 минут. Нужна будет табличка с надписью, что это за скульптура. Обязательна подготовка дома: создание таблички, подборка гардероба. Креатифф должен работать по полной!

Для примера, какие могут быть скульптуры: "4 комсомольца тащат телевизор из ломбарда" (те, кто помнят, поймут) ...

Rash: Я знаю, кто будет скульптурой "Слон и моська")))))

Дядя Андрей: *Скульптуры можно любые, абсолютно любые, но главное - не матерные и не пошлые. Можете какое-нибудь животное изобразить (хотя это будет все-таки смотреться не очень)) , но лучше именно изображать какое-то действие или человека.*

Ще одна форма візуальної міської комунікації «змішаного типу» – графіті. Прийнято вважати, що графіті – це спосіб «розмітки» й психологічного привласнення місця. Проте звернемо увагу на те, що зміст зображеного не обов'язково сприймається як текст, швидше, як відбиток образу середо-

вища спілкування і характеристик груп людей у цьому середовищі. У багатьох випадках стіни міста виступають індикаторами емоцій з приводу безпосереднього спілкування і спілкування, опосередкованого медіа. Перед «читачем» графіті не шрифти (як ми звикли їх сприймати у книжці, тобто як носії інформації, що прочитується лінійно), а фігури людей, що знаходилися на вулиці. Букви є імітацією малюнка, який провокує до спілкування з автором і зображенням. Акцент на тому, що глядач-читач сам зможе сконструювати цілісний образ флеш-повідомлення чи графіті, перетворює мешканців на активних співучасників ігрового шоу: вуличні повідомлення знаходять силу тільки завдяки публічному «перегляду». Причому перегляду «прискореному», як сказав би Елвін Тоффлер, кліповому.

Наявність «тілесної» присутності в публічній комунікації – ознака медіалізованої реальності, бо цей елемент комунікації властивий практикам споживання мас-медіа, на що звертав увагу Ж. Бодрийяр. Таким чином, характер вуличної комунікації значною мірою опосередкований візуальними медійними образами, які конструюють споживчий тип поведінки, «медійними звичками» повсякденного спілкування в мережі Інтернет або – через операторів мобільного зв'язку. Навіть мітинг на центральному майдані міста – подія не стільки політична, скільки медійна: якщо журналісти не повідомлять про цей факт у новинах, тоді це не подія, події не було. Вулиця й майдан, що подарували електронним мас-медіа культуру карнавалу, сьогодні знову стають сценою для проведення щоденного віртуального карнавалу.

Література

1. Желніна Г. О. Візуалізація міської культури й любительська фотографія // Візуальні аспекти культури – 2006: Сб. наук. ст./ Під ред. В.Л. Круткина, Т.А. Власової. ГОУВПО «Удмуртський державний університет». – Іжевськ, 2006. – С. 173–180.
2. Кастельс М. Інформаційна епоха: економіка, суспільство і культура: Пер. з англ. під наук. ред. О.І. Шкаратана. – М., 2000. [Електронний ресурс]. – Бібліотека Російського гуманітарного Інтернет-університету. – Режим доступу: http://www.vusnet.ru/biblio/archive/kastels_inform/06.aspx.
3. Киреев О. Місто та його анархитектори [Електронний ресурс]. – Компьютера. – № 3. – 2005. – Режим доступу: <http://cterra.kinnet.ru/575/37400.html>.
4. Якімова М. В Севастополі хочуть провести квест «Відстоїмо Севастополь» [Електронний ресурс]. – Інформаційна агенція «Е-Крым». – Режим доступу: <http://www.ecrimea.info/2009/02/13/17426/>.
5. Форум мережевого проекту DOZOR // <http://www.dzzzr.ru/forum/showthread.php?t=40304>.
6. Сайт змагань із міського орієнтування «Бегающий Город» // <http://www.runcity.ru/about>.
7. Паркур в Севастополе / Спринтер (rigidus) // <http://rigidus.livejournal.com/64144.html>
8. Большаков А.В. Види мережевої творчості [Електронний ресурс]. – Електронне наукове видання «Аналітика культурології». – Режим доступу: <http://www.analiculturolog.ru>.

Голоднікова Юлія Олександрівна – доцент кафедри міжмовних комунікацій та журналістики Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського.