

RU

Коммуникативное пространство города: вызовы и ответы современности

Тулиганова И. В.

Аннотация. Цель исследования - определить особенности коммуникативного пространства города на современном этапе. В статье выявляются качественно новые способы организации коммуникации в мегаполисах в условиях процессов информатизации и цифровизации, а также распространения пандемии COVID-19 как глобального социального вызова. Научная новизна исследования заключается в комплексном анализе влияния пандемии COVID-19 на коммуникацию в городе. В результате показано, что вызванный пандемией существенный скачок в развитии информационно-цифровых технологий оказывает как позитивное, так и негативное влияние на выстраивание социальных взаимодействий в пространстве города.

EN

Communicative Space of City: Challenges and Responses of Modernity

Tuliganova I. V.

Abstract. The purpose of the study is to determine the features of the communicative space of the city at the present time. The article identifies the qualitatively new ways of organising communication in megacities in the setting of informatisation and digitalisation processes, as well as during the spread of the COVID-19 pandemic as a global social challenge. Scientific novelty of the study lies in carrying out a comprehensive analysis of the impact that the COVID-19 pandemic is having on communication in the city. As a result, it is shown that significant advancements in information and digital technologies caused by the pandemic have both a positive and a negative impact on building social interactions in the city space.

Введение

Актуальность исследования дискурса социокультурного пространства города в целом и, в частности, его коммуникативной составляющей, не вызывает сомнений. Действительно, в эпоху всеобщей глобальной информатизации крайне востребован теоретико-методологический анализ социальных механизмов включения индивида в коммуникативное пространство современного мегаполиса. Вызовы времени, стоящие сегодня перед человечеством, актуализируют особые механизмы адаптации, помогающие людям в городе приспособиться к стремительно меняющемуся окружению. Пандемия COVID-19 как глобальный социальный вызов имеет ответом мощное усиление распространения цифровых информационных технологий в коммуникативном пространстве городов всего мира.

Отметим стремительность, дискуссионность данных процессов, и в то же время малую их теоретическую проработанность. Они вызывают существенный интерес со стороны представителей социально-философского анализа, призванного помочь людям освоить трансформирующуюся реальность. По этой причине, цель данной работы – выявление особенностей организации коммуникации в городском медиатизированном пространстве в условиях пандемии и осмысление их положительных и отрицательных сторон.

Для достижения указанной цели исследования необходимо решить следующие задачи: во-первых, прояснить сущность процесса коммуникации в современном городе и механизмы ее встраивания в медиасреду; во-вторых, выявить особенности коммуникации в городском пространстве в условиях пандемии, сделав акцент на их негативных и позитивных аспектах.

Для осмысления современной социокультурной ситуации в статье применяются следующие методы: метод логико-философского анализа, который позволяет раскрыть сущность рассматриваемых процессов, а также методы эмпирического уровня, позволившие оценить текущую ситуацию, вызванную пандемией.

Теоретической базой работы являются исследования Н. Лумана [11], П. Лазарсфельда и Р. Мертона [10], А. Моля [13], М. Кастельса [6], О. В. Костиной [9], раскрывающие теоретико-методологическую сущность феномена коммуникации. Также изучены труды С. Маккуайра [12], В. П. Коломийца [7], Д. Д. Абагеро [1], М. В. Зеленцова [4], посвященные осмыслению процессов информатизации и цифровизации в современном городе. А также относительно новые социальные исследования последствий пандемии COVID-19 провели А. Д. Иоселиани, А. Н. Корнеева [5].

Практическая значимость работы заключается в возможном использовании полученных в ходе исследования результатов для фундаментального и разностороннего анализа изменяющихся форм и способов коммуникации в городском пространстве в условиях пандемии.

Коммуникационные процессы в городском медиапространстве

Коммуникативность, охватывающая все сферы жизнедеятельности человека, является важной характеристикой современного общества. Система массовых коммуникаций, сложившаяся в обществе благодаря научно-техническому прогрессу к концу XX века, использует новейшие технологии распространения информации на огромную аудиторию. Разнонаправленность интересов человеческой деятельности превращает город в единый пестрый коммуникационный сгусток. Коммуникация в этих условиях обозначает «возможность сосуществования множественного порядка, уникального бытия и со-бытия» [4].

Немецкий социолог Н. Луман выделял три главных компонента коммуникации: информацию, сообщение и понимание [11]. Исследователи П. Лазарсфельд и Р. Мертон отмечали бесспорность того, что «массовая коммуникация повышает уровень информированности широких слоев населения» [10, с. 144-145]. Действительно, в коммуникационном пространстве города формируется, хранится и транслируется вся система духовных ценностей человечества. Еще А. Моль в своих исследованиях замечал, что знания современного человека «формируются в основном не системой образования, а средствами массовой коммуникации» [13, с. 45]. В целом коммуникативное пространство города мы представляем как медиатизированное пространство, в котором повседневные процессы конструируются средствами массовой коммуникации и информации. Как отмечал М. Кастельс, «все сообщения всех видов заключены в средстве массовой коммуникации, ибо средство стало настолько всеобъемлющим, настолько разнообразным, настолько послушным, что абсорбирует в одном и том же мультимедиа-тексте целостность человеческого опыта» [6, с. 351-352].

Современный мир живет в эпоху информационных цифровых технологий. Существующая на сегодняшний день тенденция цифровизации современных сообществ является одной из ключевых детерминант, влияющих на коммуникативное пространство современных мегаполисов. По мнению Д. Д. Абагеро, она «формирует новые каналы вовлеченности в городское пространство и опосредует переход части городской коммуникации в виртуальное пространство» [1, с. 85]. Повсеместное использование высокотехнологичных средств коммуникаций способствует так называемой гипертекстовости городского пространства: город превращается в сложную медиасистему. Поэтому необходимо систематизировать и придать некую организованность этому гипертексту. Существенный вклад в эти процессы вносят городские медийные средства, основанные на социальных взаимодействиях. Благодаря активному использованию гаджетов с мобильным интернетом и зон с доступным Wi-Fi горожане все чаще взаимодействуют не только в прямой непосредственности друг с другом, но и опосредованно – виртуально. Популярными еще совсем недавно у горожан СМИ: журналы, газеты и телегазеты, информационные доски перешли в электронный формат.

Медиатеоретик из Австралии С. Маккуайр отмечает, что «в XXI веке социальная жизнь все больше протекает в медийных городах» [12, с. 7]. Он исследует, каким образом многообразные медиа-формы – от уличного освещения и фотографии до цифровых сетей – влияли на взаимоотношения горожан и сам образ городского пространства. Применительно к пространству города он использует термин «пространство отношений». Это «амбивалентная пространственная конфигурация, возникающая, когда аксиоматический характер социального пространства устраняется в пользу активного формирования гетерогенных связей, соединяющих личное с глобальным» [Там же, с. 8]. При этом медиа, как «неотъемлемый элемент современного урбанизма», «подрывая традиционные режимы пространства и времени», делают город более «доступным для восприятия, познания и действия» [Там же, с. 9].

Максимальная открытость коммуникативной среды города обеспечивает ее развитие. Необходимость быстрого «подключения» к виртуальной коммуникативной среде делает сам город виртуальной единицей. Горожане массово погружены в насыщенное медиапространство. Коммуникационная среда, порожденная медиасредствами, имеет ряд особенностей. Как отмечает исследователь В. П. Коломиец, «медиа – это набор технических средств, которые окружают человека, делают жизнь комфортнее, позволяют выстроить эффективную коммуникацию как с “миром”, так и с конкретным индивидом... уровень проникновения коммуникационных технологий в жизнь человека настолько велик, что для него они стали естественной средой обитания» [7, с. 28]. И это действительно так. Горожане не просто сталкиваются с информационно-коммуникативными технологиями и активно их применяют, они сами являются уже частью этих технологий.

В социальных сетях создаются информационно-коммуникативные локальные группы, которые позволяют объединить людей того или иного города в единое сообщество. Особой популярностью, например, в сети «ВКонтакте» пользуются группы типа «Подслушано в...», «Мой город...» и пр. Они имеют большую аудиторию

и высокую степень влияния на городские процессы, так как и администрация городов, и руководители разных организаций отслеживают настроения граждан и высказываемые ими пожелания относительно существующих в городе проблем.

В электронных мессенджерах, например, Viber или WhatsApp Messenger, создаются группы по какому-либо принципу для обмена текстовыми, аудио- и видеофайлами. Это родительские чаты, общедомовые чаты, чаты сотрудников по работе, чаты преподавателя и студентов и т.д. Удобство их в том, что можно быстро распространить важную информацию, обсудить насущные проблемы. К примеру, жильцы многоквартирных соседних домов объединяются виртуально, чтобы обсудить общедомовые проблемы: благоустройство или вывоз мусора, подать объявление о пропаже, продаже или прокате личных вещей и т.д. Коммуникативный процесс рождается на основе совместной деятельности горожан, а одновременное участие большого количества людей в этой деятельности означает, что каждый, так или иначе, вносит в него свою лепту, поэтому формирование эффективных коммуникативных способностей становится жизненно важным процессом.

По мнению исследователя М. В. Зеленцова, сегодня мы наблюдаем процесс «децентрализации СМИ» и «развитие процесса урбанистики», когда «начинает возникать полноценное явление медиаполиса – города, насыщенного коммуникациями; информационными структурами; людьми, которые массово втянуты в городской медийный процесс, предстают в качестве “первооснов” общественного мнения, а также являются не только его потребителями, но и субъектами, лидерами мнений» [4].

Медиатизации городского пространства сегодня во многом способствуют и мобильные приложения, разработанные специально для смартфонов, планшетов или других портативных устройств. Это программные продукты, которые распространяются через онлайн-магазины разработчиков операционных систем Google Play, Apple App Store, Windows Phone Store, BlackBerry App World и др. Их применение очень удобно и позволяет сэкономить массу драгоценного времени. Виртуальные приложения банков позволят, не выходя из дома, заказать еду, заплатить за детский сад или коммунальные услуги. Главное для горожанина – это наличие смартфона, Интернета и умения всем этим пользоваться.

Например, приложение «Любимый город» действует во многих городах России и Казахстана и объединяет в себе множество полезной информации и сервисов. Оно позволяет осуществлять быстрый поиск нужных организаций. В нем есть сервисы вызова такси, доставки еды и телефоны экстренных служб. В «городском справочнике» есть информация о достопримечательностях, гостиницах и хостелах, магазинах, отдыхе, погоде, услугах, вакансиях и т.д. Так что, выбирая для посещения любой город из приложения, можно легко в нем сориентироваться.

Особенности коммуникации в городском пространстве в условиях пандемии

Коммуникативное пространство в городах стало активно видоизменяться в последние полтора года на фоне такого глобального социального вызова, как пандемия коронавируса COVID-19. В этой кризисной ситуации, когда социальное дистанцирование стало неотъемлемой частью жизни общества, взаимодействия между людьми еще активнее вынуждены были перемещаться в виртуальное пространство. Закрытие границ, прекращение работы многих организаций, запрет на массовые мероприятия, масочный режим, изолированное друг от друга существование социума, работа «на удалёнке», дистанционное цифровое образование на онлайн-платформах – все это стало приметой нашего времени. По сути, сформировалась некая «пост-ковид реальность» [5], в которой нам еще предстоит научиться жить и выстраивать взаимоотношения. Так как вирус мутирует, появляются новые штаммы, растет число заболевших, то периоды ослабления ограничений продолжают сменяться новыми «локдаунами». Сложно принять эту новую реальность, когда, например, проходят виртуальные выпускные в школах и садах, отменяется поездка в долгожданный отпуск, ограничиваются встречи с пожилыми родственниками. Но строгая система штрафов, а также страх за свою жизнь и здоровье близких заставляют выполнять все предписания властей, требования санитарных врачей и Роспотребнадзора.

В интернет-пространстве все чаще используют выражение «цифровой концлагерь» при описании сложившейся ситуации. Под ним подразумевается ограничение на передвижения, когда надо получать QR-код, а также привязывать к этому коду свои персональные данные, номер машины или номер электронной транспортной карты (в Москве, например). Городская инфраструктура в принципе выстроена таким образом, что уже давно происходит деанонимизация городского жителя. Технологии позволяют государству следить за повседневной жизнью граждан в городе. Само физическое перемещение в пространстве города находится под пристальным наблюдением: сеть камер наблюдения опутала каждый его закоулок, смартфон собирает и передает все ваши геолокации и маршруты на сервера Apple, Microsoft, Google. Многие приложения требуют ввода персональных данных. В пик пандемии сложилась система штрафов при нарушении режима самоизоляции – специальные приложения отслеживали перемещение заболевших горожан. И не только заболевших, но и тех, кому все-таки разрешено было ходить на работу: за отклонение от маршрута (даже если по пути заехал на заправку) – предупреждение и штраф. Однозначно положительными горожанами встречены были приложения, которые использовали бесконтактную оплату и доставку в период пандемии. Многие магазины, кафе и рестораны работали и работают «на вынос». По сути, именно благодаря этим приложениям их бизнес удержался на плаву.

В настоящее время важно иметь смартфон и уметь им пользоваться, иначе ты будешь исключен из коммуникативного пространства города. Или, что еще хуже – получишь штраф. Сегодня важно, например,

не только сделать сам ПЦР-тест, но и загрузить его результат на портал Госуслуг. Иногда даже у молодого поколения этот процесс вызывает трудности. Все это, безусловно, способствует недовольству граждан, и многие говорят о сегрегации и нарушении конституционных прав человека – ведь нет, например, нормы, обязывающей каждого гражданина иметь сотовый телефон (не кнопочный, а именно смартфон) с загруженным на него приложением. Цифровое подтверждение наличия отрицательного ПЦР-теста и вакцинации открывает доступ к «закрытым зонам» и позволяет перемещаться не только внутри города, но и внутри страны, а также между странами. Прививки, тесты, допуски – это тоже вызывает сегодня массу споров.

В соседнем Казахстане недавно неоднозначно было встречено мобильное приложение Ashyq (Ашық в переводе с казахского означает «Открыто»). Министерство цифрового развития с конца мая 2021 года стало распространять его по всей стране. За месяц в нем зарегистрировались почти два миллиона человек. Это приложение за счет использования QR-кода и интеграции с общей базой Минздрава позволяет определить статус гражданина при посещении почти всех публичных мест. По цвету статуса в приложении можно определить, является ли он на данный момент носителем вируса или нет. С одной стороны, это вызывает ту же скученность и волну недовольства (например, из-за длительной проверки статуса в аэропорту), и приложение воспринимается как система контроля и слежения, а также как преграда в свободе передвижения граждан. С другой стороны, многие осознают, что повсеместное внедрение этого приложения – единственная возможность сдержать рост заболеваемости в стране. В ближайшей перспективе возможно создание такого приложения и в России.

В России и ее субъектах этим летом вводятся новые ограничительные меры в связи с уже третьей волной ковида. В Москве с 28-го июня, чтобы попасть в бары, рестораны и на фудкорты необходим так называемый QR-код здоровья. Как сообщил мэр столицы С. Собянин, его получают те граждане, у кого есть прививка, антитела или отрицательный ПЦР-тест, действительный в течение 3 дней. На своем личном сайте Сергей Семенович пишет: «Последние дни мы совместно с представителями общепита провели эксперимент по созданию точек, “свободных от ковида”... Фудкорты будут открыты только после проверки системы контроля, препятствующей проходу в зону посадочных мест посетителей, не имеющих QR-кодов» [8]. Туристические перемещения внутри страны также ограничиваются. В частности, губернатор Краснодарского края, широко известного своими курортами, на заседании оперативного штаба принял решение о том, что «с 1 июля отели не примут туристов без отрицательного ПЦР-теста или прививки от COVID-19. А с 1 августа – без сертификата о вакцинации» [2].

«Ковид-паспорт» с QR-кодом может стать, по сути, опознавательным знаком, являешься ли ты полноправным гражданином. Тогда тебе можно будет посещать разного рода заведения и мероприятия, в противном случае – оставайся в изоляции и резервации, доступ к общественным местам и благам будет ограничен. Возможен и перевод работодателем «на удаленку» непривитого сотрудника либо отстранение от работы без сохранения оклада. Вузы сейчас говорят о возможности отстранения непривитого студента от очной формы обучения и недопуске его в общежитие. Некоторые общественные деятели уже заявили о недопустимости дискриминации, вражды и сегрегации общества по принципу «привитый – не привитый», «свой – чужой», ссылаясь на резолюцию Парламентской Ассамблеи Совета Европы (ПАСЕ) (№ 2361 от 27 января 2021 года), куда также входит и Россия. В ней подчеркивается недопустимость принуждения к вакцинации и дискриминации людей по принципу вакцинирован / не вакцинирован (7.3.2.) [3]. Также резолюция призывает государства информировать граждан о том, что вакцинация не является обязательной, и никто не должен подвергаться политическому, социальному или иному давлению для прохождения вакцинации, если человек не хочет вакцинироваться (7.3.1) [Там же].

Заключение

При выявлении особенностей жизни горожан в современном коммуникативном пространстве города мы пришли к следующим выводам.

Возросшее влияние процессов информатизации и цифровизации позволило им охватить практически все сферы жизнедеятельности общества. Ответом на пандемию как глобальный социальный вызов стало еще более интенсивное использование цифровых информационных технологий в коммуникативном пространстве города. Современные высокотехнологичные средства обеспечивают возможность быстрого вхождения в коммуникативные структуры города, а также позволяют людям быстро создавать собственные коммуникативные структуры.

В связи с существенным ограничением интенсивности коммуникации в физическом пространстве города возросла значимость виртуального аспекта коммуникативного пространства. Влияние цифровых технологий на выстраивание коммуникаций на фоне процессов пандемии в пространстве города можно оценивать как с положительной, так и с отрицательной стороны.

Плюсы, несомненно, в том, что благодаря активно и широко внедряющимся цифровым технологиям преодолевается физическая разобщенность между людьми. Ограничение передвижений в городе и переход социальных взаимодействий в виртуальное пространство сыграли роль сдерживающего фактора при распространении вируса.

Отрицательно воспринимается система цифрового контроля, QR-кодов, деанонимизирующая гражданина, ограничивающая свободу перемещений в городе и доступ к публичному пространству; недоработка некоторых приложений; вынужденная необходимость приобретения смартфона и умение им пользоваться.

Перспективы дальнейшего исследования мы видим в более глубоком и детальном социально-философском изучении проблем, связанных с последствиями пандемии в городском социокультурном пространстве.

Источники | References

1. Абагеро Д. Д. Социальные механизмы включения индивида в коммуникативное пространство современного мегаполиса: теоретико-методологический анализ: дисс. ... к. соц. н. М., 2020. 167 с.
2. В гостиницах и санаториях Кубани введут новые правила заселения в связи с эпидобстановкой [Электронный ресурс]. URL: <https://admkrain.krasnodar.ru/content/1131/show/588574/> (дата обращения: 24.06.2021).
3. Документы, принятые ассамблеей. Предварительное издание [Электронный ресурс]. URL: <https://rm.coe.int/adoptedtexts-jan-21-ru/1680a17e3b> (дата обращения: 30.06.2021).
4. Зеленцов М. В. Городские медиа: условия функционирования [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gorodskie-media-usloviya-funktsionirovaniya/viewer> (дата обращения: 28.06.2021).
5. Иоселиани А. Д., Корнеева А. Н. Позитивное и негативное в пандемии COVID-19 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gramota.net/articles/mns210177.pdf> (дата обращения: 26.06.2021).
6. Кастельс М. Информационная эпоха: экономика, общество и культура. М.: ГУ ВШЭ, 2000. 608 с.
7. Коломиец В. П. Медиа социология: теория и практика. М.: НИПКЦ «Восход-А», 2014. 328 с.
8. Коронавирус. Временный порядок посещения ресторанов и другие решения [Электронный ресурс]. URL: <https://www.sobyanin.ru/koronavirus-vremenniy-poryadok-posescheniya-restoranov-i-drugie-resheniya-22-06-21> (дата обращения: 24.06.2021).
9. Костина О. В. Онтология коммуникации. Саратов: Изд-во Саратовского университета, 2004. 156 с.
10. Лазарсфельд П., Мертон Р. Массовая коммуникация, массовые вкусы и организованное социальное действие // Назаров М. М. Массовая коммуникация в современном мире: методология анализа и практика исследований. М.: УРСС, 2002. С. 138-149.
11. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории. СПб.: Наука, 2007. 648 с.
12. Маккуайр С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство / пер. с англ. М. Коробочкина. М.: Strelka Press, 2014. 329 с.
13. Моль А. Социодинамика культуры. М.: Прогресс, 1973. 407 с.

Информация об авторах | Author information



Тулиганова Ирина Валерьевна¹, к. филос. н.

¹ Филиал «Восход» МАИ, г. Байконур



Tuliganova Irina Valeryevna¹, PhD

¹ “Voskhod” Branch of Moscow Aviation Institute (National Research University), Baikonur

¹ ir4ono4ek@yandex.ru

Информация о статье | About this article

Дата поступления рукописи (received): 17.06.2021; опубликовано (published): 30.07.2021.

Ключевые слова (keywords): коммуникативное пространство города; пандемия; цифровизация; информатизация; глобальный вызов; communicative space of city; pandemic; digitalisation; informatisation; global challenge.