

Паламарчук Максим Леонидович

**МЕДИАГОРОЖАНИН: ШТРИХИ К ПОРТРЕТУ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДСКОГО ЖИТЕЛЯ**

В статье отражены тенденции развития современных городов и функциональные изменения, происходящие в социокультурном пространстве города. Автор делает предположение о появлении нового типа городского жителя - медиагорожанина.

Адрес статьи: [www.gramota.net/materials/3/2011/2-1/33.html](http://www.gramota.net/materials/3/2011/2-1/33.html)

Источник

**Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. Вопросы теории и практики**

Тамбов: Грамота, 2011. № 2 (8): в 3-х ч. Ч. I. С. 131-133. ISSN 1997-292X.

Адрес журнала: [www.gramota.net/editions/3.html](http://www.gramota.net/editions/3.html)

Содержание данного номера журнала: [www.gramota.net/materials/3/2011/2-1/](http://www.gramota.net/materials/3/2011/2-1/)

**© Издательство "Грамота"**

Информацию о том, как опубликовать статью в журнале, можно получить на Интернет сайте издательства: [www.gramota.net](http://www.gramota.net)  
Вопросы, связанные с публикациями научных материалов, редакция просит направлять на адрес: [voprosy\\_hist@gramota.net](mailto:voprosy_hist@gramota.net)

*Список литературы*

1. Айзикова И. А. Жанрово-стилевая система прозы В. А. Жуковского. Томск, 2004. С. 141-222.
2. Айзикова И. А. Французский и немецкий тексты в пространстве «Вестника Европы» периода редакторства В. А. Жуковского (1807-1811): на материале прозаических сочинений // Канунова Ф. З., Айзикова И. А., Никонова Н. Е. Эстетика и поэтика переводов В. А. Жуковского 1820-1840-х гг.: проблемы диалога, нарратива и мифопоэтики. Томск, 2008. С. 48-60.
3. Велижев М. Б. «Вестник Европы» в литературной и общественной жизни второй половины 1800-х гг.: дис. ... канд. филол. наук: 10.01.01. М., 2004. 181 с.
4. Вестник Европы. М., 1807-1811.
5. Жуковский В. А. Письмо к А. И. Тургеневу от начала июня 1807 г. (Белев) // Письма В. А. Жуковского к Александру Ивановичу Тургеневу. М., 1895. 367 с.
6. Лобанов В. В. Библиотека В. А. Жуковского: описание. Томск, 1981. 415 с.
7. Поплавская И. А. Типы взаимодействия поэзии и прозы в журнале В. А. Жуковского «Вестник Европы» // Сибирский филологический журнал. 2008. № 3. С. 24-35.

**GERMAN WORLD OF V. A. ZHUKOVSKII'S "EUROPE HERALD"**

Natal'ya Egorovna Nikonova, Ph. D. in Philology, Associate Professor

*Department of Romanic-Germanic Philology  
Tomsk State University  
nikonat2002@yandex.ru*

The article presents the results of "German text" research in "Europe Herald" of post-Karamzin period when the face of the first Russian thick magazine about European culture, literature and politics was to the large extent determined by the translations chosen by its editor V. A. Zhukovskii.

*Key words and phrases:* German text; V. A. Zhukovskii; "Europe Herald".

УДК 008

*В статье отражены тенденции развития современных городов и функциональные изменения, происходящие в социокультурном пространстве города. Автор делает предположение о появлении нового типа городского жителя - медиагорожанина.*

*Ключевые слова и фразы:* современный город; коммуникация; медиагорожанин.

**Максим Леонидович Паламарчук**, к. филос. н.

*Кафедра культурологии, межкультурных коммуникаций и журналистики  
Мурманский государственный гуманитарный университет  
chukgek@inbox.ru*

**МЕДИАГОРОЖАНИН: ШТРИХИ К ПОРТРЕТУ СОВРЕМЕННОГО ГОРОДСКОГО ЖИТЕЛЯ<sup>©</sup>**

Современный человек является очевидцем грандиозных изменений, происходящих в глобальном мировом пространстве. 21 век трансформирует нашу жизнь, представления и возможности. Вместе с этим меняется город. Современный город представляет собой уникальный динамично развивающийся феномен, воплощающий в себе черты постиндустриального общества. Город ежедневно влияет на нас, и мы в свою очередь оказываем на него воздействие. Проблема человека, оказавшегося в городском пространстве, является одной из центральных проблем в философской антропологии и урбанистике. Какой он, современный горожанин? Попытаемся ответить. Но для начала, обратимся к изменениям, происходящим в социально-культурном пространстве современного города. Этот шаг позволит нам выявить некоторые особенности взаимодействия и образа жизни горожан, приблизится к поставленному вопросу.

**Современный город как место пересечения потоков информации и коммуникаций**

Некогда зародившись, город развил высокие формы культуры, вобрал в себя и аккумулировал огромный цивилизационный потенциал, прошёл многие стадии развития. Город стал, по сути, отправным пунктом информационного общества.

О том факте, что производство информации и создание необходимых максимально совершенных коммуникаций становится главным направлением развития общества, в 60-х годах 20 века подметил Г. Маклюэн: «В нашу электрическую эпоху мы видим себя всё более и более переводимыми в форму информации и идущими в сторону технологического расширения сознания» [10, с. 69]. В 1970-х годах Д. Белл прямо

заявил, что информация есть основной ресурс нового постиндустриального порядка. В. И. Михалкович констатировал: «Современный мир немислим без мощных информационных потоков, пронизывающих его» [11, с. 3]. Сегодня мы наблюдаем, как стихийно формируемое информационное пространство «окутывает» город. В начале 21 века стало очевидным, что «территория, населённая людьми и социальное информационное пространство начинают всё больше совпадать друг с другом, чего никогда прежде не было в истории человечества» [6, с. 115]. Культурная и социально-экономическая среды города формируются и изменяются под воздействием коммуникационных технологий и информационных средств.

Сегодня город можно представить как центр пересечения потоков информации, а приоритетной функцией современного города является коммуникация, выраженная в движении информации. Под функцией города мы понимаем деятельность его жителей, направленную на связь с внешним (по отношению к самому городу) миром, обуславливающую его жизненные силы и ресурсы, оправдывающую его существование.

С момента своего возникновения города обладали коммуникативной функцией. Но, несмотря на это, ни древний, ни античный, ни средневековый, ни новоевропейский город не знал аудиовизуальных средств массовой информации (исключение составляют лишь газеты, которые стали распространяться в европейских городах в 16 столетии). Взлелеянные именно городской культурой, средства массовой информации сегодня становятся главным орудием, выполняющим коммуникативную функцию города. Когда-то Н. В. Гоголь образно заметил: «Невский проспект есть всеобщая коммуникация» [4, с. 7-8]. Городские улицы сегодня представляют собой подлинное бытие города. Теперь не только улица или главная магистраль играет роль центра общения, а весь город целиком. Коммуникативная функция города сегодня непосредственно отвечает за распространение культурных паттернов (образцов поведения), формируя новый стиль мышления и поведения горожан. Современный город развил обширную сеть коммуникаций. Горожане сегодня общаются через глобальные коммуникационные каналы: WWW, WAP, сотовую и видеосвязь, технологии Skype, ICQ, Chat и др. Всеобщей тенденции выхода в вещательную сеть Интернет поддается всё большее количество средств массовой информации, в том числе и печатных, и «очень скоро абсолютно всё будет в Интернете ... там сейчас можно смотреть практически любой канал ТВ в бесплатном доступе» [1, с. 49].

Массовая городская коммуникация становится виртуальной. СМИ в поисках новых путей развития, привлечения новых зрителей, читателей и слушателей, а коротко - пользователей, устремляются в Интернет. Современные электронные средства массовой информации благодаря мультимедийным и интерактивным технологиям образуют такую коммуникационную систему, в которой материальная реальность города полностью «погружена» в виртуальные образы. Такой процесс превращения реального объекта в искусственный Н. Б. Кириллова называет «медиатизацией» [7, с. 16]. В этом искусственном мире образы становятся уже не средством передачи опыта, а симуляцией опыта: того, что обычно называют «общением», «работой», «развлечением».

В 21 веке в основу взаимодействия городов заложен сетевой характер информационного обмена. Города функционируют сообща. Безусловно, и раньше существовали различного рода союзы городов (например, лига итальянских ломбардских городов: Милан, Кремона, Брешиа, Феррара, Мантуя), но они не носили ярко выраженного международного характера. Мегалополис - узел, хотя точнее будет сказать «хитросплетение», такой сети. Но сеть не имеет единого центра. Этот, казалось бы, отрицательный факт даёт значительное преимущество - динамичное развитие всей структуры и подвижность её узлов.

Город в наше время подвержен влиянию децентрализации культурного пространства. Этот процесс описывается в философской теории деконструктивизма. Ж. Деррида зафиксировал тенденцию к отказу современного человека от идеи центра: «В культуре второй половины 20 века Центр и Периферия начали, как бы, меняться местами. Второстепенные ценности, различного рода отклонения от нормы, не переставая быть второстепенными и быть аномалиями, тем не менее, становятся определяющими в жизни общества и отдельного человека, чем-то главным. Наглядный пример такой децентрализации - центры крупных городов, которые перестают быть традиционным местом обитания элиты общества: она всё больше «оседает» в пригороде...» [6, с. 46-47].

Современный город - это место, где концентрируются коммуникативные функции, непроизводственного (потребительского) характера. Примером такого города является финско-шведский Торнио-Хапаранда, который уже на протяжении пяти столетий выполняет роль международного торгового центра. В выходные дни из близлежащих городов и посёлков Финляндии, Швеции и даже Норвегии и России огромное количество людей устремляется туда за покупками и развлечениями. Причём покупки в гипермаркетах Торнио-Хапаранды, банковские сделки можно совершать и через Интернет. Производство, внедрение и немедленное использование информации являются неотъемлемым свойством современного города.

#### **Медиагорожанин - новый тип городского жителя**

Современный город формирует новый тип горожанина. В условиях современного типа культуры (медиакультуры) - это медиагорожанин - человек, всецело включённый во все пространства современного города и бескомпромиссно управляемый медиапространством, которое сформировано современными коммуникационными каналами. «Личность оказывается в ситуации информационного давления, последствия которого разнообразны: информационное пресыщение, ощущение всезнания, психические стрессы... (и даже! - авт.) образ города в немалой степени создаётся средствами массовой коммуникации» [13, с. 40]. Социокультурное пространство города, выступая процессом и результатом взаимодействия людей, изменяется под действием виртуального пространства, которое становится посредником между горожанами и предметно-вещественной

средой. Медиагорожанин ищет информацию и получает новости через и посредством Интернет-СМИ, читает книги, заказывает обеды и авиабилеты через Всемирную Паутину, и просто прикован к различным Интернет-сообществам в виде форумов и сайтов-общения, где свободно высказывает своё мнение. Медиагорожанин стал не только потребителем информации, но и активным её производителем.

Горожанин жёстко не привязан к месту, поскольку в обществе развиты различные формы пространственной мобильности (путешествия, туризм, миграция и пр.). Постоянный житель большого города практически никогда не бывает в его центре. Горожанин постоянно кочует в городском пространстве. Такое кочевое состояние мы теперь можем назвать «сбором и обработкой информации». Г. Маклюэн считал, что это - «глобальное состояние... оно игнорирует и вытесняет форму города, которая, стало быть, всё более устаревает» [10, с. 395]. Этот процесс происходит круглосуточно. Поскольку «электрический свет положил конец распорядку ночи и дня, пребывания дома и вне дома» [Там же, с. 62], столичные жители могут ночью посетить ресторан, парикмахерскую или, скажем, бассейн, а днем прекрасно «выспаться» в метро, пересекая город из конца в конец. Современный город размывает границы дня и ночи, в этом смысле он вневременен.

Медиагорожанин ощущает любой город «своим», так как для него все современные города одинаковы. В. М. Возлинская поясняет: «Утрачивая традиции, города теряют свою неповторимость, становятся безликими, даже при сохранённых памятниках архитектуры» [2, с. 114]. В любом большом городе есть всё то, что есть в другом таком же городе, поэтому даже «вопрос где лучше жить, как правило, не стоит, будем жить там, где получится» [9, с. 84]. Большие города становятся, как бы это банально не звучало, переполненными людьми. Человеческая личность в современных крупных городах никого не интересует. Многих интересуют доход и связи человека в обществе, но никому и дела нет до настроений и особенностей конкретной личности, ведь, как известно, друзья появляются не у человека, а у его социального положения.

**Подведём некоторые итоги.** Начало 21 века - время, которое заставляет переосмыслить привычные ценности и по-другому посмотреть на уже, казалось бы, хорошо известные явления. Социокультурное пространство современного города служит благодатной почвой для развития новых электронных форм коммуникации. Такая ситуация рождает медиагорожанина - горожанина будущего, образ жизни которого не укладывается в традиционные рамки. На поставленный в начале статьи вопрос: «Какой он, современный горожанин?», сложно дать однозначный ответ. Но эра информационно-коммуникационных технологий, подобно модному художнику, уже приступила к написанию экстравагантного портрета нашего современника. Посмотрим, каким он получится.

#### *Список литературы*

1. **Владимирова М.** Михаил Пономарёв (директор Дирекции информационного вещания телеканала ТВЦ): Винават всегда начальник // Журналист. 2009. № 2. С. 49.
2. **Возлинская В. М.** Современные города - носители градостроительных традиций // Город как социокультурное явление исторического процесса. М., 1995. С. 105-119.
3. **Галкин Д. В.** Стратегии культурного развития городов: современные подходы [Электронный ресурс] // Журнал социологии и социальной антропологии. 2005. № 4. URL: <http://www.jourssa.ru>
4. **Гоголь Н. В.** Собр. соч.: в 7 т. М., 1966. Т. 3. С. 7-8.
5. **Городская среда. Технология развития:** настольная книга / В. Л. Глазычев, М. М. Егоров, Т. В. Ильина и др. М., 1995. 245 с.
6. **Зацепин Ю. В.** Город как социум в эпоху всеобщей информатизации. Челябинск, 2006. 135 с.
7. **Кириллова Н. Б.** Медиакультура: теория, история, практика. М., 2008. 496 с.
8. **Лейбович О. Л.** Большой город в постсоветском пространстве: социальные процессы в постсоветском крупном индустриальном центре // Мир России. 2004. № 1. С. 92.
9. **Липская Л. И.** «Город - не встреча» в романе М. Уэльбека «Платформа» // Город как культурное пространство: материалы региональной научной конференции / под ред. Н. П. Дворцовой. Тюмень, 2003. С. 84-93.
10. **Маклюэн Г. М.** Понимание медиа: внешние расширения человека / пер. с англ. В. Николаева. 2-е изд. М., 2007. 464 с.
11. **Михалкович В.** Изобразительный язык средств массовой информации. М., 1986. С. 3.
12. **Немчинов В. М.** Метафизика города // Город как социокультурное явление исторического процесса. М., 1995. С. 234-240.
13. **Рейман Л. Д.** Информационное общество и роль телекоммуникаций в его становлении // Вопросы философии. 2001. № 3. С. 3-10.
14. **Смагин Б. А.** Социокультурная городская среда и развитие личности // Город и культура: сб. науч. трудов. СПб., 1992. С. 35-41.

#### **MEDIA-TOWNSMAN: THE PORTRAIT OF A MODERN CITY INHABITANT**

**Maksim Leonidovich Palamarchuk, Ph. D. in Philosophy**

*Department of Culturology, Intercultural Communications and Journalism  
Murmansk State Classical University  
chukgek@inbox.ru*

The tendencies of the development of modern cities and functional changes taking place in the socio-cultural space of a city are reflected in the article. The author makes the suggestion about the formation of the new type of a city inhabitant - a media-townsmen.

*Key words and phrases:* modern city; communication; media-townsmen.