

*RASTIMESHINA Tatyana Vladimirovna, Dr.Sci. (Pol.Sci.), Associate Professor; Professor of the Chair of Philosophy, Sociology and Political Science, National Research University «Moscow Institute of Electronic Technology» (1 Shokina Sq, Zelenograd, Moscow, Russia, 124498; rast-v2012@yandex.ru)*

*PIROGOV Aleksandr Ivanovich, Dr.Sci. (Philos.), Professor; Professor of the Chair of Philosophy, Sociology and Political Science, National Research University «Moscow Institute of Electronic Technology» (1 Shokina Sq, Zelenograd, Moscow, Russia, 124498; aipirogov2013@gmail.com)*

## CULTURAL HERITAGE AS AN AUTHORITY RESOURCE: DEMUSEUMIFICATION OF HAGIA SOPHIA AS THE TOOL OF THE LEGITIMACY SUPPORT

**Abstract.** *In the article, the authors show the relationship between cultural heritage and political interests of the authorities, clarify the concept of the value of a cultural and historical object in its socio-cultural context, and close relationship with the political needs and interests of the subjects of politics. The article substantiates possibility of converting the value of cultural heritage objects into power resources. Using the example of the Hagia Sophia in Istanbul, the authors characterize museumification as a way of resolving confessional confrontation and demuseumification as a tool for preserving and strengthening political positions of the current government in difficult socio-economic and political conditions, including those associated with the global pandemic of coronavirus infection.*

**Keywords:** *cultural heritage, museumification, demuseumification, political interests, power, pandemic, coronavirus*

---

*СЕРЕГИНА Татьяна Николаевна – кандидат философских наук; доцент департамента гуманитарных наук Финансового университета при Правительстве РФ (125993, Россия, г. Москва, ГСП-3, Ленинградский пр-т, 49; seregina.tatiana@gmail.com)*

*КЛЯГИН Сергей Вячеславович – доктор философских наук, профессор; заведующий кафедрой теории и практики общественных связей Российского государственного гуманитарного университета (125993, Россия, г. Москва, ГСП-3, Миусская пл., 6; sklyagin@gmail.com)*

## СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ОСОБЕННОСТИ КОММУНИКАЦИИ В ГОРОДЕ

**Аннотация.** *В статье рассматривается проблема трансформации коммуникативных процессов в современном городе под влиянием доминирования технологий; раскрываются особенности коммуникативных процессов в информационном и сетевом пространстве города; показывается трансформация ценностных установок в коммуникативном пространстве города. Авторы делают вывод о необходимости использования синергетической методологии при изучении коммуникативных взаимодействий в городском пространстве.*

**Ключевые слова:** *город, урбанизация, сетевое общество, информационное общество, ценности, коммуникация, синергетика.*

Генезис городского пространства под влиянием перехода общества от индустриального к постиндустриальному, от традиционного общества к обществу знания привел, во-первых, к изменению пространства города: устранению демаркационных линий, границ, кластеров в городе, к размыванию традиционного понимания социального времени применительно к городу; во-вторых, к появлению городских «горизонтальных» социальных

сетей вместо вертикальных иерархий; в-третьих, к изменению ценностных установок жителей города, которые изменили как процессы коммуникации в пространственно-временном континууме, так и процессы идентификации и социализации.

Город стал материальным, пространственно-временным, сущностным, субстанциональным воплощением оснований индустриального мира, в котором мозаично были представлены варианты культур. Город становится пространством миграции представителей различных культур, сообществ, классов и слоев. Индустриальный город становится «плавильным котлом», в котором представители разных культур становятся единым сообществом городских жителей. Именно город становится пространством межкультурного общения и коммуникации, и именно в нем проявляются все проблемы и перспективы межкультурных процессов коммуникации.

К XXI в. меняется характер индустриального общества: наука и техника приобретают аксиологическую окраску, человек становится главным актором процессов трансформации. Приходит понимание, что техника, сформировавшая городскую инфраструктуру и в целом структуру города, способна обеспечить только материальное благосостояние горожан, при этом техника нарушает экологическое равновесие в городском пространстве, не соответствует экзистенциальным запросам его жителей. Феномен городского пространства наполняют не только информационными технологиями, а технологиями, которые соответствуют запросам горожан. Город приобретает новую функцию и значение — он существует для социализации личности, для формирования и самореализации личности, обретения ею самоидентичности. Основой жизни в городе становится коммуникация, которая обеспечивает все эти процессы и становится залогом его устойчивого развития.

К XXI в. с наступлением новой информационной эпохи меняется город, состав горожан и варианты коммуникативных процессов. Город одновременно оказывается погруженным в материальный пространственно-временной континуум и виртуальный мир. Виртуальный мир следует понимать не как не существующий или лишенный субстанциональных качеств — он вполне реален для человека, его коммуникаций и результатов коммуникаций: ценностей, смыслов и формирования идентичности. Реальная виртуальность — это система, в которой само существование людей погружено в виртуальные образы, а внешние проявления становятся опытом [Абрамов 2002: 137]. С развитием технологий в социальную жизнь входят сетевые информационные технологии, которые становятся способом и средством коммуницирования.

Современное городское пространство с точки зрения структурной организованности перестало быть иерархическим, оно из вертикальной организованности трансформировалось в горизонтальную сеть. Для такого понимания города характерны отношения вне рамок соподчинения, в нем отсутствуют понятия «верх» и «низ», «главное» и «второстепенное». Такую организацию называют сетевой. Вместе с пространственной организацией, с изменением формы городского изменяется и его содержание, трансформируются коммуникационные процессы. Понятие «сетевое общество» введено М. Кастельсом в 1996 г., в период распространения Интернета как глобальной коммуникационной системы [Кастельс 2004]. Сеть создает новое общество коммуникаций как открытых структур, узлов, которые могут неограниченно расширяться. В результате появляется городское общество с новыми свойствами: открытостью, вариативностью развития, мобильностью, адаптивностью и приспособляемостью к глобальному или локальному, всеобщему или уникальному. Новые качества города становятся финальными ценностями, которых стре-

мятся достигнуть жители города и те, кто переезжает в город. Анализ современного состояния коммуникативных процессов говорит, что эти «оси» не разделяют коммуникативное пространство горожан, а, наоборот, делают это пространство открытым и постоянно трансформирующимся. Главная трансформация, происшедшая в связи с внедрением сети как системообразующего фактора, — это появление горизонтальных взаимосвязей. Город — это социальное пространство; сетевой, виртуальный город обладает теми же функциями, что и город реальный. Социально-сетевой город не только формируется и структурируется вокруг ценностей и смыслов, которыми его наделяет горожанин или городское сообщество, но и подвержен влиянию потоков: капитала, прежде всего социального и человеческого, информации и технологий, организованного и стихийного взаимодействия и коммуникаций, символов, знаков и текстов. Определение потоков было введено М. Кастельсом. Под ними он понимает «целенаправленные, программируемые последовательности обменов и взаимодействий между физически разъединенными позициями, которые занимают социальные акторы в экономических, политических и символических структурах общества».

По мнению современных исследователей, не существует единой концепции, которая бы объяснила феномен города, особенности его развития и была бы способна предсказать направление дальнейшего развития города или установить линии демаркации внутри городского пространства. Постиндустриальное общество характеризует иной динамизм, в отличие от традиционного, аграрного общества. Оно ориентировано на ценности прогресса, независимость от природных факторов, инновационность, информацию. Для постиндустриального мира характерен переход к обществу знаний и экономике услуг, появление «креативного класса». Город, понимаемый как сеть виртуальных, электронных коммуникаций, формирует новые виды коммуникаций и практик. Функционирование города происходит посредством движения и фиксации потоков капитала, информации, технологий, символов.

Основы городской модели коммуникаций были заложены М. Маклюэном. Кастельс развивает его идеи и формирует понимание города как пространства сетей и потоков, которые и создают город, его ценности, горожанина как новый тип идентификации. Впоследствии под потоками стали понимать феномены, определяющие характер коммуникативных процессов, ценности и смыслы, которые определяют эту коммуникацию: капитал, информацию, технологии, организационное взаимодействие, изобретения, символы и знаки. Информационные потоки сформировали новый тип культуры и общества — информационные; в городском пространстве эти потоки зарождаются и приобретают атрибутивные качества. Надо отметить, что современный город, складываясь в эпоху индустриализации XIX–XX вв., стал воплощением массового общества, в котором информация унифицируется, человек обезличивается, а ценности и коммуникация становятся типовыми. В XXI в. эти тенденции массового мира продолжают действовать. К ним добавляется техническая составляющая, способствующая быстрой передаче информации, ее доступности благодаря сети Интернет. Коммуникация и переданная таким образом информация усредняет горожан, наделяет их общими и одинаковыми смыслами и ценностями, большинство которых не интерпретируется сознанием горожанина и закрепляется в социальных практиках. Надо отметить, что именно для сетевого, информационного мира роль города и горожанина становится ключевой. Традиционно город был производителем культурных смыслов и ценностей, а горожанин — актором и интерпретатором этих ценностей и смыслов. Мир XXI в. — это мир городов. По данным ООН, с 2008 г. большин-

ство населения мира – это горожане. Однако благодаря Интернету и развитию транспортной коммуникации сельский житель становится сопричастным этим процессам, он функционально становится творцом культуры.

Город, понимаемый как сеть, формирует сетевые коммуникации, увеличивая степени свободы, ответственности и автономности, неравенство и варианты зависимости, неравенства, рисков и потери безопасности. В городе складываются неслучайные, типичные, повторяющиеся и самовоспроизводящиеся коммуникации, связи – регулярные и самоподдерживающиеся. Коммуникация – это не только передача информации, а установление связи, солидарности, синергетического сосуществования.

Прогнозы основателей информационной концепции не реализовались полностью. Коммуникация стала не только способом властвования или получения прибыли, но превратилась в ресурс развития. При этом виды пространств, изменяясь, не исчезли, а усложнились в своей структуре и функциях и стали человекоориентированными и культуроцентричными. Новый тип общества посредством коммуникации между акторами, принадлежащими к разным культурам, создает набор ценностей, который и влияет на становление городского пространства. Главная ценность городского сообщества – знание и информация, а не материальный продукт. Ценным ресурсом общества становится личность, способная к созданию нового знания, к коммуникации в разнообразных пространственно-временных континуумах, с разными представителями разных культур. Городская инфраструктура и социум создают информационный контент, и основной вопрос состоит в том, какие ценности, социальные практики и модели поведения станут основой такой информации.

Основные ценности городского пространства, которые влияют на процессы социализации, идентификации в городе, многочисленны, и сложно выделить атрибутивные, первичные или вторичные. Процесс формирования иерархизации ценностей современного города только начинается. С одной стороны, это ценности, унаследованные от предыдущих эпох, а с другой – ценности, которые играли вторичную или функциональную роль в индустриальном мире, становятся главными в постиндустриальном.

Во-первых, сетевые коммуникации города формируют социальный капитал как итог горизонтальных связей в обществе и как синергетический продукт взаимодействия. Доверие становится основой коммуникации в городе и социального взаимодействия в городском пространстве. Ценности формируются в сетевом обществе на основе структурного, функционального и динамического подходов и формируют пространство безопасности. В сети создаются два типа социального капитала: структурный, формирующий саму сеть, и когнитивный, аксиологический, который формирует процесс коммуникации. Социальный капитал становится средством формирования коммуникативной среды; он является посредником между коммуникантами, формируя условия для коммуникации – доверие и нормы (П. Бурдьё, Р. Патнэм).

Во-вторых, для информационного общества характерен переход от материалистических ценностей к нематериалистическим, от экономических – к постэкономическим, критическое отношение к фордистским ценностям, формирование интеллектуального, а не имущественного лидерства, элитарности. Изменение ценностных парадигм влечет за собой смену социального организма и типа идентичности. В этой ситуации вырастает значение города как пространства, в котором эти ценности формируются, генерируются и трансформируются горожанами. На смену приходят ценности гуманистические и экзистенциальные. Так, постиндустриальное, информационное общество, сформированное техникой и технологиями, делает актуальными ценно-

сти гуманизма. Н. Коулдри считает, что возможно понимание города не как набора или системы материальных ценностей, а как сочетания материальных, коммуникативных и виртуальных, воображаемых ценностей.

В-третьих, коммуникации современного города вырабатывают важное качество горожанина – толерантность, способность к принятию «другого». Горожанин – не столько новый тип человека, сколько новый образ жизни и новое качество жизни, особенная ментальность. Современный житель города или мегаполиса живет в поликультурной среде; он с необходимостью вступает в ситуацию свободного выбора, итогом которого становится определенный тип идентичности. Кризис идентичности связан с одновременным воздействием на человека культуры постмодерна, неолиберализма, информационной экономики, глобализма. Появляется новый тип идентичности – городская идентичность, в основе которой лежат ценности свободы, соблюдения прав человека.

Город конца XX – начала XXI в. начинают изучать традиционно как пространственно-материальный феномен. Однако на данный момент можно сделать вывод, что город представлен как исторический феномен, и исходной точкой размышлений становятся не столько пространственно-временные, а исторические, ценностные характеристики. Город может быть понят с антропоцентрических и с социальных позиций. Современный город может быть понят через коммуникативные процессы между горожанами, их ценности и формирующийся тип идентичности, которые возможны только через взаимодействие и взаимопроникновение в ходе коммуникации.

Городские коммуникации сформировали парадоксальную ценностную структуру. Согласно опросам горожан, основными ожиданиями от города называют здоровье, безопасность, образование, высокий уровень доходов. Но одновременно с этим в городах складывается парадоксальная ситуация сосуществования в коммуникативном процессе противоположных тенденций: традиции и модерна, качества жизни и плохой экологии, стремления к свободе и высокого уровня преступности, несоответствия административных границ и фактического городского пространства, процессов централизации и децентрализации, ощущения одиночества и невозможности уединения, развития и деградации, сохранения и развития культуры и ее уничтожения. Парадоксальность результатов городских коммуникативных процессов привела к тому, что становится важным разработка критериев эффективности города.

А. Норман и Й. Масуда считают критерием оценки прогрессивности общества (и эти критерии применимы к оценке города) степень развития информационных сетей. Следующим критерием они считают уровень интеллекта и степень влияния рациональных моделей понимания феноменов общественного развития, долю интеллектуального труда в развитии общества. Общество знания становится доминирующим типом организации общества. Экономические критерии в условиях символического производства в виде информации, согласно М. Кастельсу, – это взаимодействие между знаниевыми структурами [Кастельс 2000]. Только границы непознанного (Й. Масуда) станут ограничителями такой экономики. Этический (гуманистический) критерий – это способность городского пространства предоставить личности возможности для творчества, свободного выбора становления личности, формирования этической структуры на основе ценностей гуманизма, счастья, добра, справедливости.

Критерии – не объем знаний, не степень обладания источниками знаний, а количество и качество коммуникаций, уровень и скорость передачи, мобильность информации; скорость и вариативность коммуникаций важнее наличных знаний. Все эти критерии формируются в городском пространстве и служат способом оценки города как культурной среды.

Свобода горожанина XXI в. обусловлена открытостью, которую дают социальные сети, Интернет и встроенность в глобальный мир. Город глобального мира теряет свои пространственно-временные характеристики; разные районы живут в разное время: спальные районы живут в одном ритме, вокзалы, гостиницы и аэропорты – в другом, центр города – в третьем. Человек включен в эту множественность сетей и проживает одновременно в разных пространственно-временных континуумах города. От современного горожанина требуется иной механизм идентификации, отличный от идентичности XX в.

Таким образом, перед нами представлен сложный феномен городского пространства как пространства коммуникаций, который находится в постоянном состоянии трансформации. Сложно организованные структуры можно изучить исходя из следующих методологических установок: методология изучения и понимания современного города строится на синергетической парадигме; полотно современного города постоянно меняется под воздействием множественных факторов. Предсказать их влияние – сложный процесс.

Город – социальное пространство, но одновременно он зависит от экономических, политических, биологических, личностных, ценностных, исторических факторов. Город – не только объективная материальная пространственно-временная структура, он еще и субъективное пространство личностного бытия. Сложная структура города, в котором одновременно взаимодействуют все эти факторы, обуславливает необходимость применения синергетического метода при изучении города [Алексеева-Бескина 2001].

Синергетика объясняет особенности развития самоорганизующихся систем, процессы их самоорганизации и усложнения. Город в силу своей сложности является таким объектом. Таким образом, мы видим, что город, его развитие через коммуникативные процессы достоверно объясняются при помощи синергетической методологии.

Город характеризуется разнообразием социально-экономического развития, вариативностью исторического и архитектурного пространства-времени, трансформации здесь заметнее, ярче. Город, возникающий как синоним и символ цивилизации, становится ярким воплощением процессов развития цивилизации и процессов, происходящих в рамках дихотомии «вызов – ответ». Город – это пространство свободы, именно поэтому он становится неравновесной и самоорганизующейся системой. Город, несмотря на то что он формируется как пространство через ограничение оградой, стеной, является открытой системой [Туркина 2018: 128-129]. Городские коммуникативные процессы можно описать через систему аттракторов. Аттрактор – это то, что притягивает; они описывают тип и варианты социального движения внутри города. Город можно понять не с точки зрения объектов, а с точки зрения коммуникаций, частоты посещения. Объект города должен притягивать к себе социальный организм. Говоря о странном аттракторе или детерминированном хаосе, имеют в виду сложность геометрического описания городского пространства. Это же можно сказать как о городе, так и о его отдельных объектах.

Город можно описывать при помощи постмодернистской теории и методологии, которая отражает функционирование городского социального континуума; социальные связи в городе представлены в форме ризомы. Ж. Бодрийяр описывает симулякр как реальность, и подход, описывающий симуляционное пространство, наиболее полно и адекватно подходит для описания городского пространства. Симулякр становится феноменом, при помощи которого можно описать взаимодействие между отдельными феноменами городского. Реальный город и город виртуальный взаимодействуют между собой, сосуществуют. Появляются виртуальные коммуникации: финансовые, социальные,

виртуальные научные сообщества, виртуальные развлечения. Они быстры и эффективны и создаются посредством сетей. Коммуникация в сети наполняется теми же проблемами, ценностями, что и реальные коммуникации, но и добавляются новые проблемы: недореализованность эмоционального, отчуждение и недостаточная приобщенность и непонимание между коммуникантами. Традиционные социальные практики коммуникации трансформируются: переписка становится более информативной, эмоции передаются визуальными образами, отсутствует личностное общение в реальной жизни, что подменяет необходимость раскрытия личностных, экзистенциальных качеств функциональными. Ж. Бодрийяр отмечает, что «массовые коммуникации дают нам не действительность, а головокружение от действительности» [Бодрийяр 2000: 13]. Он пишет: «Теперь все разобщены и безразличны под властью телевизора, автомобиля и компьютера, под властью моделей поведения, запечатленных во всем – в передачах массмедиа или в планировке городов. Все выстроены в ряд, и каждый бессознательно отождествляет себя с умело составленными направляющими симулятивными моделями» [Бодрийяр 2000: 157]. Главное опасение Бодрийяра состоит в том, что коммуникации передают ценности идентичности искаженными. Виртуализация порождает фрагментарного человека, человека со множественными идентичностями и разрушают коммуникативность и социальность.

М.С. Каган описывает город как специфическую форму бытия национальной культуры [Горнова 2013: 24]. Архитектура, памятники создают пространство города, несут печать времени, эпохи, но они же и определяют коммуникативный ряд, формируют потоки в городе. Ю.М. Лотман назвал это театральностью в городе, а мы бы назвали виртуальностью, созданием города в городе. Городская культура, по мнению Лотмана, – это котел текстов. Р. Барт и Ф. Шюэ описывают городскую культуру через динамичные потоки знаков и смыслов, метафор, в которых означаемые и означающие постоянно меняются местами. Деррида видит пространство как текст, а не только место для текста; Р. Барт считает город местом прогулки по тексту. Барт говорил о литературном тексте, но если считать город набором смыслов и текстов, то прогулка по городу становится таким считыванием смыслов: памятники, архитектура, реклама, названия улиц, реклама – все это вместе, встроено в исторический контекст, становится текстом.

Городское пространство традиционного города состояло и из сакральных мест, социальных, публичных и частных пространств. М. Фуко говорит о расширении «полезных пространств», публичных мест с производством, торговлей, образованием, медициной, развлечениями. Структура современного города усложняется и не укладывается в классическую модель традиционного города. Инверсия времени, движение вспять, обратимость времени – основные принципы синергетики, нелинейной динамики и компьютерного моделирования – также представлены в пространстве города.

Современные ученые считают, что к изучению феномена сетевого города, помимо синергетической и постмодернистской, вполне применимы традиционные методологии. Также для понимания города предлагают применять традиционные методологические подходы: функциональный, системно-структурный, системно-функциональный и системно-динамический. Сегодня, когда город находится в ситуации реформирования, пересборки социального, только сочетание различных методологий позволит понять сложно структурированный и сложносоставной феномен города.

Таким образом, мы можем констатировать, что современный город, понятый как сеть, как трансформирующийся феномен, – это феномен глобального

мира, в котором процессы конвергенции доминируют над процессами демаркации. Вероятно, одна из главных функций города – коммуникация – способствует нахождению компромисса, формированию социального капитала и устойчивому равновесному развитию пространства города. Город отвечает на новые запросы его жителей, касающиеся качества жизни, и закрепляет новую иерархию ценностей и коммуникационных практик в формирующемся типе идентичности – городской идентичности.

*Статья подготовлена по результатам исследований, выполненных за счет бюджетных средств по государственному заданию Финансовому университету в 2020 г.*

### Список литературы

- Абрамов Р.Н. 2002. Сетевые структуры и формирование информационного общества. – *Социс. Социологические исследования*. № 3. С. 133-140.
- Алексеева-Бескина Т.И. 2001. Саморазвивающаяся система города и константы переходных процессов урбогенеза. – *Город в процессах исторических переходов*. М.: Наука. С. 71-162.
- Бодрийяр Ж. 2000. *Символический обмен и смерть*. М.: Добросвет. 387 с.
- Горнова Г.З. 2013. Понятие «город» в аспекте философии культуры. – *Гуманитарные исследования*. № 1. С. 21-24.
- Кастельс М. 2000. *Информационная эпоха: экономика, общество и культура*. М.: Изд-во ГУ ВШЭ. 608 с.
- Кастельс М. 2004. *Галактика Интернет: Размышления об Интернете, бизнесе и обществе*. Екатеринбург: У-Фактория. 328 с.
- Туркина В.Г. 2018. Город в постнеклассической парадигме. – *Общество. Среда. Развитие* № 4(9). С. 128-130.

SEREGINA Tatyana Nikolaevna, Cand.Sci. (Philos.), Associate Professor of the Department of Humanities, Financial University under the Government of the Russian Federation (49 Leningradsky Ave, GSP-3, Moscow, Russia, 125993; seregina.tatiana@gmail.com)

KLYAGIN Sergey Vyatcheslavovich, Dr.Sci.(Philos.), Professor; Head of the Chair of Communication Studies and Public Affairs, Faculty of Communication Studies and Technologies, Russian State University for the Humanities (bld. 5, 6 Miusskaya Sq, GSP-3, Moscow, Russia, 125993; sklyagin@gmail.com)

## SOCIO-CULTURAL PECULIARITIES OF COMMUNICATION IN THE CITY

**Abstract.** The article deals with the problem of transformation of communication processes in a modern city under the influence of technology dominance. The authors reveal features of communication processes in the information and network space of the city and show the transformation of value attitudes in the communicative space of the city. The authors conclude that it is necessary to use a synergistic methodology in the study of communicative interactions in the urban space.

**Keywords:** city, urbanization, network society, information society, values, communication, synergy

---