Ольга Валентиновна Попова

Санкт-Петербургский государственный университет

pov\_64@mail.ru

**Коммуникационная среда современных агломераций**

Рассматриваются концепции коммуникационного взаимодействия структур управления с населением и самих жителей современных агломераций. Показана эволюция теорий «ядра» агломераций, мегаполисов, в зависимости от способа их строительства, управления, распространения информационных потоков и коммуникации управленческих структур и населения.

Ключевые слова: агломерации, кибергород, медиаполис, коммуникативный город.

Исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РНФ № 23-28-00933 «Политика идентичности в российских агломерациях в контексте международного опыта».

Коммуникационная среда современных агломераций – поле воспроизводящихся и постоянно расширяющихся взаимодействий, формирующих социальные связи, создающих новые медиапрактики и обеспечивающих циркуляцию информационных потоков. Большинство современных агломераций формируются ядром-мегаполисом. Глобальные города лидируют по оснащенности техническими средствами коммуникации и доступности всех информационных ресурсов. Медиасреда в агломерациях влияет на образ жизни, социальные практики и инициирует общественные трансформации. В глобальных городах наиболее явно проявляются процессы модернизации, вестернизации, глобализации и массовизации; при этом эффекты глокализации и постглобализма не оказывают на них существенного воздействия. Глобальные города все реже описываются как контролируемые государством центры экономических и политических процессов. Толчок для развития концепций «кибергорода», «цифрового города», «информационного города», «эфемерного города» дали усовершенствованные информационно-коммуникационные технологии (ИКТ).

Мегаполис, согласно Г. Гумперту, представляет собой комплексную среду межличностных взаимодействий, влияющий на поведение человека физический ландшафт, сложную технологическую среду. Э. Транос и Я. Иоаннидис, изучив города США и Великобритании, доказали влияние ИКТ на формирование их структуры. Существует связь между развитием интернета (скорость и покрытие) и агломерационными эффектами, которые особенно заметны в менее заселенных частях агломераций. Активно использующееся зарубежными учеными понятие «коммуникативный город» (communicative city) предполагает изучение коммуникативных моделей, связывающих людей в городской среде; современные агломерации не являются средоточием «атомизированных индивидов». Дж. Джекобс трансформировала «концепцию соседства» в «сообщество жильцов». Стратегия повышения социальной активности, гражданской ответственности, экологической и градостроительной справедливости, устойчивого развития городской среды за счет привлечения жителей к трансформации городского пространства в противовес директивному подходу к развитию мегаполисов и агломераций «сверху вниз» легла в основу концепции «коммуникативного города», разрабатываемого участниками «Центра живого города» с 2005 г.

Сравнение Ф. Киттлером мегаполиса с книгой или компьютером отражает его функционал как полноценного средства коммуникации при взаимопроникновении медиаиндустрии, коммуникации и городской среды. Введенное Р. Силверстоуном понятие «медиаполис» акцентирует его сущность как своеобразной нематериальной среды обитания человека, лишенной пространственной определенности и создаваемой массовой медийной коммуникацией. В городе как «пространстве отношений» (С. Маккуайер) личное тесно связано с глобальным; он становится «медийным» или «сетевым». Здания в мегаполисах – источник не только исторической и пространственной информации, но площадка трансляции (рекламные экраны) и сбора (камеры наблюдения) цифровых данных. В мегаполисе медиапотребление связано с объемом доступной информации, наличием свободного времени для ее использования, более высоким уровнем критичности в процессе восприятия. Новостной контент все чаще отражает не личный выбор человека, а целенаправленную работу алгоритмов в интернет-пространстве, учитывающую исходные поисковые запросы и социальные контакты.

Информационно-коммуникативная среда влияет на формирование политической культуры населения мегаполисов, активно распространяя демократические ценности, расширяя возможности консолидации населения и репертуар практик политического участия. Опирающиеся на индивидуализм, рациональность, свободу выбора, поливариантность политических взглядов, ценностные установки жителей мегаполиса способствуют ускорению территориального развития. Особый стиль жизни, оторванное от традиций прошлого самосознание жителей, рост населения за счет мигрантов могут порождать риски развития глобального города как «государства в государстве», создавая угрозы государственной идентичности.