

УЯВЛЯЮЧИ ПУБЛІЧНЕ: СОЦІОКУЛЬТУРНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ПУБЛІЧНОСТІ МІСТА

Заєць Д.О.

Аспірант соціологічного факультету кафедри соціології

Харківського національного університету імені В.Н. Каразіна

На сьогоднішній день тематика городських досліджень являється актуальною в соціальних науках, в частности стала популярною проблематика публічного простору міста. В статті представлено ряд оригінальних аналітичних поглядів на уявлявану природу феноменів «публічності» і «міста». Аргументовано можливості пояснення публічності міста в перспективі, яку пропонує соціокультурний підхід і одна з його центральних категорій – «соціальне уявне».

Today the theme of urban research is relevant in social sciences in general and the urban public spaces studies in particular. The paper represents several original analytic views on the imagery nature of "the public" and "a city" phenomenon. It is pointed out capabilities of the city's publicness interpretation in the perspective of sociocultural approach and one of its main categories – "social imaginary."

На сьогоднішній день тематика міських досліджень є актуальною у соціальних науках, зокрема набула популярності проблематика публічного простору міста. У статті представлена низка оригінальних аналітичних поглядів стосовно уявної природи феноменів «публічності» та «міста». Аргументовано можливості пояснення публічності міста у перспективі, яку пропонує соціокультурний підхід та одна з його центральних категорій – «соціальне уявне».

Ключові слова: соціальне уявне, публічність, публічний простір, місто, міський простір, спільне місце, соціокультурний підхід.

В останні роки для соціальних наук є властивим звернення до теми публічного простору міста. У центрі уваги в таких випадках постають відкриті та доступні для будь-якого міського мешканця простори міста. Саме відкритість та доступність вважаються достатніми умовами задля впровадження у певному міському просторі зони вільної комунікації різних верств населення з приводу важливих питань міської спільноти. Іншими словами, публічний простір в перспективі сучасних наукових студій міста приймає, перш за все, форму дискурсивної сцени, тобто ари самоорганізуючої дискурсивної взаємодії, в якій спільні інтереси, цінності, досвід та потреби позиціонуються та дискутуються людьми, які звертаються один до одного не персонально, тобто не порушуючи границь приватності (або приватного життя) персони. У цьому контексті розуміння публічного простору вбудовано в ідею громадянського суспільства, яка, в свою чергу, фундується на засадах деліберативної демократії. У публічному просторі, зазначає Чарлз Тейлор [16], відбувається демократичний дискурс «політики рівної гідності» ("the politics of equal dignity" - за Ч. Тейлором, базується на ідеї, впровадженій з різними акцентами вже у працях Ж.-Ж. Руссо та І. Канта, що всі люди рівною мірою гідні поваги – це є універсальна людська потенція [16, 41]), оскільки цей простір має все необхідне для налагодження комунікаційних каналів, які слугують соціальними магістралями «смыслотворення» групової чи індивідуальної ідентичності, яку ми без їх посередництва не в змозі сконструювати та досягнути. Так само й як фігуру "Іншого", бо завжди існує неосяжна його сторона.

Аппрезентація (Е. Гуссерль), тобто процес домислення фігури "Іншого", у такому разі, неможливий без досвіду комунікації чи взаємодії. Саме цей досвід підказує шлях до цілісного сприйняття "Іншого" та, безумовно, власної ідентичності. Актуальність дослідження, у цьому контексті, обґрунтована вирішенням питання стосовно організації публічних просторів та, власне, процесу публічної комунікації. Відповідь на це питання, в свою чергу, породжує вирішення дослідницьких завдань, а саме визначення того: яким чином конституюється відкритість та доступність; певні правила спілкування та поведінки (форми соціальної взаємодії «на публіці»)? Як зорганізувати спільне місце публічних дебатів? Як оцінити його якість чи характер у просторі міста? І що таке, власне, місто? Що надає можливості назвати його єдиним цілим, створити основу для інтеграції його складників?

Головною тезою статті, в такому випадку, є визначення публічного і міста як «соціального уявного», тобто соціокультурних феноменів, які завжди знаходяться у процесі продукування та реформування.

Мета даної статті полягає в демонстрації можливостей поняття «соціальне уявне» в аналізі публічності міських просторів як соціокультурного феномену. У наших попередніх працях [3] було запропоновано інтерпретацію феномену публічного як соціокультурного феномену, виведено його основні властивості на базі розгляду крізь призму соціокультурної тріади (П. Сорокін).

Міська уява або уявлення міських просторів (вулиці, площі, сквери, парки, вуличні кафе тощо) складають важливий предмет дослідження у соціальних науках достатньо давно. Це представники Чиказької школи у першій третині ХХст. за результатами застосування кількісних методик

пропонували структурну картину міста, анонсували проблеми його просторової сегрегації [6]. Нехай ці висновки й минули культурну складову стратегій структуризації та змін урбаністичного ландшафту, але в цілому ми можемо констатувати, що вивчення уявлень про місто стало невід'ємною частиною якщо не всієї соціології, то насамперед соціології міста практично з початку її існування.

Міські публічні місця, «місця зустрічей незнайомих» (за В. Вайтом) представляють собою важливу інформацію для дослідників: вони можуть «розповісти» нам про специфіку соціальних відносин, що мають місце в конкретній ситуації; тут актуальні й питання сприйняття «Іншого» в міському просторі, і механізми владних відносин, та ефекти соціалізації. Проте, в сучасних мегаполісах гостро стоїть питання збереження такого роду просторів: тенденція «приватизації» міських територій (Л. Лофланд), їх «закупорювання» (Р. Сеннет) та індивідуалізації міського способу життя і поява «індивідуалізованої людини» (З. Бауман) – відокремленого індивіда, який виникає на місці колишнього суспільства, призводять до поступового скорочення кількості таких функціональних майданчиків.

Їх цінність полягає в тому, що публічність є специфічним режимом співприсутності та регулятором міжособистісної взаємодії [14, 235]. Це місце та об'єкти соціальних інтеракцій – базового рівня соціальності - які публіка використовує задля публічної комунікації, що дає початок процесам інтеграції розрізнених, анонімних городян в цілісну міську спільноту, громаду або публіку. (Публічність, яка розуміється в такому інституціональному вигляді на сьогодні, за думкою А. Маданіпура, є інструментом для продажу міста, для автора це місце матеріальної культури і трактується ним як ефективний засіб міського менеджменту [14]).

З розвитком міських досліджень у соціальних науках зростає інтерес до візуальної специфіки комунікації у місті. Відомий урбаніст марксистського спрямування Річард Сеннет, досліджуючи публічну культуру міста в історичній ретроспективі, прийшов до висновку про особливу значущість її візуальної складової: публічна культура набуває нової якості – вона стає візуальною. І ця якість дослідником трактується негативно. Відкритий міський простір все більше перетворюється на місця перегляду, ніж спілкування [17]. Майже сакральна Агора сучасних міських районів стає «чисто» візуальною.

Вельми спекулятивним, на нашу думку, є твердження стосовно новизни процесу «візуалізації» міста. Міський простір завжди наповнювався різними візуальними об'єктами, оскільки до публічних місць люди завжди приходять, щоб щось побачити або показати. Наповнення вулиці елементами художнього оточення (пам'ятники, фонтани, скульптури і т. ін.) не в останню чергу впливає на популярність вулиці, отже, її відвідуваність, отже публічність. Відбувається це завдяки унікальній особливості «арт-об'єктів» формувати навколо себе осередки інтеракцій незнайомих, випадкових людей (або навпаки – невідповідних на заздалегідь визначених зустрічах); вони безумовно «розряджають» атмосферу, заспокоюють людей, «дають» за що зачепитися окові.

Для нас важливо те, що інтенсифікація інтересу до візуальних студій міста спричинила появу оригінальних та сміливих ідей щодо соціального конструювання уявлень міста. Усі форми соціальних відносин та соціального життя виникають, розвиваються та змінюються в матеріально-реальному та соціально-уявному контекстах міста, - інтерпретує Едвард Соія відомий вислів класика марксистського напрямку вивчення міста Анрі Лефевра про «соціальне виробництво міського простору» [5]. Пояснення, у цьому випадку, базуються на міждисциплінарному підході, який оперує низкою концептів культурної географії, соціології, урбаністики, теорій архітектури та містопланування й зокрема поняттям «соціальне уявне».

Соціальне уявне ми, слідуючи за Карнеліусом Кастаріадісом, розуміємо як динамічну структуру або форму, яка організує існуючі в суспільстві колективні образи та робить можливим їх реформування у процесі дискурсивної взаємодії [7].

В цій же перспективі вивчення соціального уявного Мішель де Серто пропонує більш поетичну інтерпретацію міської культури. У міському світі уявного є речі, які намагаються виставити себе на очі. Вони – легендарні герої, які утворюють коло себе міську сагу. Символи у місті – пункти обміну значеннями, а отже емоціями, спогадами, цими пунктами забезпечується циркуляція колективного та індивідуального досвіду, вони зберігають базовий аспект міста – його багатозначність [2].

Кевін Лінч у класичному творі з цієї проблематики, «Образ міста», пише, що видимість міста залежить від можливих горизонтів та глибини його уявлення, а значить візуального визначення та структурирування [13]. Автор зазначає існування візуальної ієрархії вулиць, які визначаються тим, наскільки те чи інше місце легко уявити. Найбільш реальним є те місце, яке найлегше та найдетальніше можливо уявити.

Малкольм Майлз розвиває цю ідею та розмежовує публічність за критерієм її уявлення як місця розгортання владних відносин. За Майлзом існують:

- Публічний простір (public space) – це простір, в якому ми можемо уявити публіку як масу людей;
- Публічна область/ політика (public realm) – це простір, в якому ми можемо уявити публіку як масу, що має бути зорганізована та контрольована;

- Публічна сфера (public sphere) – це сфера уявлення публіки як такої, що продукує себе завдяки політизованим актам культурного обміну [15, 147].

Цей вектор теоретизування публічності як такої, що уможлиблює або втілює публіку, також притаманний для відомого конструктивіста Бенедикта Андерсона. Уявні спільноти, за висловом Андерсона – це уявне спільне. Спільнота – це не ідея, отримана шляхом розмірковувань, але розмірковування які спираються на (соціальну) практику, та дистильовані у форму інтенсивного ціннісного уявлення [1, 36].

Так само «місто» або «публіка» є уявними значеннями, які випродуковано у дискурсивній та символічній боротьбі задля того, щоб зробити їх громадськими місцями публічних дебатів. Австралійський дослідник міської культури Курт Івесон пропонує оцінювати (публічні) місця в залежності від того, що ми можемо в них захотіти сказати, кому хочемо сказати, які цьому передували обставини та які наші можливості уявити та використати обставини (ресурси) певного місця [11, 35]. Наша уява поінформована нашими очікуваннями та прагненнями стосовно норм поведінки, відповідних до ситуацій «у просторі» та «поза простором». Простіше кажучи, коли ми, наприклад, кажемо «... це в інтересах міста, міської спільноти», то і місто і спільнота є уявними одиницями з властивою їм у певний простір-час ідентичністю. «Місто», так само як і «публічне» (чи публіка) – це соціальне уявне реальних предметів та сутностей, а звернення до поняття соціальне уявне обґрунтоване та необхідне там, де має місце віртуальність. Та віртуальність, яка починається з мови та уяви, а не з відкриття Інтернету. Інтернет – це лише нова віртуальність, яка намагається матеріалізуватися завдяки комунікації. «Інтернет робить реальнішим віртуальне, а не навпаки» (М. Кенаф та Т. Стронг) [10].

Повертаючись до публічного, слід зауважити, що введення цього поняття у соціально-філософський дискурс пов'язане саме з розробкою концепції непрямой, тобто представницької демократії, яка за визначенням є віртуальною. Цю віртуальність ми трактуємо як соціокультурне, а не політичне, тому для його опису використовуємо досвід соціологічної традиції тереотизування Пітіріма Сорокіна, зокрема його концепт «соціокультурної тріади», поняття «репрезентативної культури» Ф. Тенбрука та концепцію «культурної форми» Л. Іоніна. При цьому додаючи та вдосконалюючи цю аналітичну матрицю концептом соціального уявного.

Отже, інтерпретуючи публічність як соціокультурний феномен, тобто існуючий одночасно у трьох діалектичних модусах – культурі, суспільстві та індивідуумі – ми апелюємо до трьох «соціальних уявних»: 1) ідеї *спільного*; 2) зібрання людей, організованих певними нормами поведінки та спілкування – *публіки*; та, як не парадоксально 3) *приватності*, тієї межі або виклику автономії приватності, які конституують сутність та характер публічності.

Зауваживши соціокультурну природу публічності ми значно розширюємо та поглиблюємо наш дослідницький підхід, оскільки ми в змозі уявити її, по-перше, як публіку (громаду, націю і т.п.), тобто коаліцію людей, колективний зв'язок яких опосередковано та обґрунтовано образами та цінностями, наприклад, «громадської активності», «демократичних виборів» як самоцілі функціонування вільної спільноти, чи «автентичності» та «інклюзивності» як головних ознак сучасних «креативних публік» (Р. ван Дальм) або «постмодерних племен» (М. Маффесолі). По-друге, уявляємо її як щось *спільне*: «спільну долю» (Н. Крістьова), спільний простір, колективну пам'ять, соціальну ідентичність, все те, що складає «культурну форму» соціальної групи (Ю. Сорока), за допомогою знаків та речей окреслює її символічні і фізичні кордони. По-третє, ми можемо уявити її як «інструмент» апробації соціальних та культурних проектів, пошуку ресурсів самореалізації, пропозиції *можливого* і пропагування *нового*. Уявлення публічного у такий, демократичний, спосіб відбувається у формі розгорнутого «наступу приватності» (М. Краєвський) на публічність, тобто приватних актів креативності, самопошуку та самореалізації, які відбуваються у публічних просторах міста або соціальних медіа. Регістрацією деяких творчих проектів приватності зайнявся сучасний митець Джеремі Деллер у проекті “Folk Archive” (Докладніше див.: www.folkarchive.co.uk). Головні висновки цього проекту свідчать про те, що нині більш популярними та дієвими стають не «монументальні», непохитні публічні простори («міські Агори» в термінології З. Баумана), але мережа окремих публічних місць, які розпоршені у соціокультурному просторі (соціальних медіа, блогосфері, Інтернет-форумах, галерей-лабораторій, «сквотах», на вулицях міста, довкола *спільних* речей міста, в яких воно «живе», те, чим «володіє» спільнота). (Аналіз спільних міських речей на прикладі російського міста Череповець представлено у праці пітерської соціологині Ольги Калачевої [4]).

Отже, на нашу думку, публічність слід розуміти як своєрідну форму соціального уявного, яке, в свою чергу, завжди є просторовим уявним, оскільки конститується за допомогою специфічного «режиму місця». Останній обумовлює форму та зміст публічної комунікації та участі. Горизонти уявлення себе частиною міста або публіки пропорційні доступу спільноти або індивідууму до певного громадського чи «спільного місця» (Л. Тевено), можливості використання та володіння цим місцем та спільними речами.

Як приклад розглянемо публічний простір галереї сучасного мистецтва «Я галерея». Цей приклад вперше опублікований у роботі «Публічна естетика галерейного простору» у мережевому журналі сучасного українського мистецтва «Коридор».

У січні 2011 р. в Дніпропетровському арт-центрі «Я Галерея» усі бажаючі мали змогу споглядати, слухати та обговорювати нову виставку "Відчуваю. Абстрактне мистецтво vs сучасна музика" (Детальніше див.: www.yagallery.com.ua/artexhib/182/). Куратором проекту виступив відомий український художник та громадський діяч Павло Гудімов, який пропонував глядачеві мистецький синтез. Візуальні образи було збагачено музикою, кіно та живим спілкуванням. Та не цей синтез наразі у центрі уваги: нас цікавить не стільки жанрове розмаїття та, власне, зміст художнього наповнення, скільки форма їх презентації та організація громадського простору галереї, тобто матеріальне вираження *публічного соціального уявного*.

Головна особливість проекту «Відчуваю. Абстрактне мистецтво vs сучасна музика» полягає в тому, як змінено простір галереї та як налаштовано ситуацію перебування та сприйняття серед незнайомих людей (ситуацію публічності). Про які зміни та налаштування йде мова? По-перше, куратором зроблене все можливе для того, щоб створити *атмосферу приватного спілкування* з твором мистецтва: у глядача є можливість присісти у зручному кріслі; без поспіху та дискомфорту розглядати і осмислювати представлене; його уяву підігрують, навіть пестять аудіо та відео супроводом. По-друге, і головне, аудіо-ряд, який супроводжує сприйняття картин пропонується також у приватній формі – за допомогою навушників людина за власним розсудом може прийняти цю пропозицію або відмовитись від неї. Більше того, такий, у чомусь, маркетинговий підхід мінімізує завдання шкоди комусь іншому з присутніх. Звуки з навушників не настільки чутні, щоб заважати іншій людині спокійно вивчати твір мистецтва. Отже, приватність кожного, незважаючи на його бажання, в такому просторі зберігається навіть у ситуації публічності.

Громадська галерея – це відкрите для широкої аудиторії місце презентації, споживання творів мистецтва та їх обговорення. Публічне соціальне уявне у розгляді галереї як громадської інституції, в такому разі, конструює, уможлиблює розуміння, чи радше бачення галереї шляхом демократичних взаємовідносин між творами мистецтва та глядачами, так само як і між глядачами у межах цього простору. Публічне соціальне уявне підказує як зорганізувати галерейний простір таким чином, щоб в ньому мали місце як повага та свобода для дій кожного окремого глядача, так і можливість підтримати вільний діалог між глядачами та відчуття спільного або спільноти, опосередкованими експонованими творами.

Можливо таких цілей безпосередньо і не ставилось, але П. Гудімову вдалося втілити в цій виставці концепцію реформування культурних інституцій, яка розробляється та практикується сьогодні у країнах Заходу. «Я Галерея» – це вдалий приклад серед небагатьох інших проектів форматування громадських галерей, музеїв та театрів у просторі публічності, тобто реалізації наміру *демократизувати* ці культурні установи. Змінити їх із просторів елітарних, ексклюзивних, де людина має змогу лише споживати (режим «використання»), на егалітарні та інклюзивні середовища культурного експериментування зі спільною власністю (режим «володіння та створення продукту і значення»).

«Публічне місто» (К. Івесон) так само демократичне, так само уявне. Воно доступне кожному, хто вступив на свій шлях формування ідентичності мешканця міста та уявляє повний набір прав спільного володіння та меж приватного, «власності» на ті речі, які є значимими символами, які уособлюють місто. Більшість з них пов'язана з історією міста: будівлями, місцями, речами, пам'ятниками тощо. В уявному місті ці місця та речі знаходяться у спільному володінні та модифікації: це речі особливого, протилежного офіційному найменування, особливої турботи та значимості, оскільки вони є фундаментом формування персональної історії людини у місті, а також міської спільноти.

Висновки. Таким чином, публічність (міста, як і будь-якого іншого соціального топосу) це феномен соціального життя, який не завжди присутній в ньому, тобто публічність далека від натурального стану речей, вона – символічно заданий та опосередкований «уявними соціальними значеннями» феномен (К. Касторіадіс). Публічність можлива як віддзеркалення соціокультурного контексту, форма соціального уявного, яка конституюється навколо певних символів, знакових подій, місць та речей – складових «спільного». Отже пропонуємо авторське визначення публічності як соціокультурного феномену, тобто його інтерпретації, з одного боку, як символічно заданого та символічно структурованого типу соціальних відносин «на публіці», з другого, як «публіку» - соціальної спільноти або тимчасове зібрання людей, інтегрованих базовими елементами соціальності – спілкуванням та уявним «спільним», і, з третього, як поле дискурсивної взаємодії, в якому забезпечується можливість відкритої участі (опосередкованої чи ні) та колективної дії і, разом з цим, зберігається дистанція між приватним, яка залежить від соціокультурного контексту певного простору-часу, інакше кажучи, релевантного соціального уявного.

1. Андерсон Б. Воображаемые сообщества [Электронный ресурс] / Бенедикт Андерсон. – Режим доступа до книги: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Sociolog/anders/index.php
 2. Де Серто М. Призраки в городе [Электронный ресурс] / М. де Серто // Неприкосновенный запас, 2010. – 2(70). – Режим доступа до статті: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/2/se12.html>
 3. Заєць Д. Евристичні можливості соціокультурного підходу при вивченні феномену публічного / Заєць Д. // *Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства: Збірник наукових праць*. – Харків: Видавничий центр Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна, 2011. – С. 92-100.
 4. Калачева О. Общие и общественные вещи современного города [Электронный ресурс] / Калачева О. // *Неприкосновенный запас*, 2007. – 5(55). – Режим доступа до статті: <http://magazines.russ.ru/nz/2007/55/ka19.html>
 5. Лефевр А. Социальное пространство [Электронный ресурс] / А. Лефевр // *Неприкосновенный запас*, 2010. – 2(70). – Режим доступа до статті: <http://magazines.russ.ru/nz/2010/2/index-pr.html>
 6. Со́йя Э. Как писать о городе с точки зрения пространства / Э. Со́йя // *Логос*, №3. (66). 2008. – С. 130-140.
 7. Касториadis К. Воображаемое установление общества / Карнелиус Касториadis. – М.: Гнозис, Логос, 2003. – 480 с.
 8. Krajewski M, Prywatnie o publicznm /publicznie o przwatnym, Wzdawnictwo Naukowe Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza. Serja Socjologia nr 50, p. 140.
 9. Lewznstein B., Schindlera J., Skrzypca R., *Partycypacja społeczna i aktywizacja w rozwiązywaniu problemów społeczności localnzch*, WUW, Warszawa, 2010.
 10. Henaff, M & Strong, TB 2001, 'Public Space, Virtual Space, and Democracy', M Henaff & TB Strong (ed.), *Public Space and Democracy*, University of Minnesota Press, Minneapolis, London, pp. 221-231.
 11. [Iveson, K 2008, *Publics and the City*, RGS-IBG Book Series, UK.](#)
 12. Lofland, L 1998, *The Public Realm: Exploring the City's Quintessential Territory*, MIT Press, New York.
 13. Lynch, K. 1960, *The Image of the City*, Cambridge: MIT press.
 14. Madanipour, A 2003, *Public and Private Spaces of the City*, Routledge, London and New York.
 15. Miles, M 2009, 'Public Spheres', A Haratyunyan & K Horschelmann & M Miles (ed.), *Public Sphere After Socialism*, Intellect Bristol, UK /Chicago USA, pp. 133-150.
 16. Taylor, Ch 1992, *Multiculturalism and "The Politics of Recognition*, Princeton University Press, Princeton.
 17. Sennett, R 1993, *The fall of the public man*, Faber and Faber, London.
 18. Soja, EW 2003, 'Writing the City Spatially,' *City*, vol. 7, no. 3, pp. 269–281.
- White, W 1988, *Rediscovering the Center*, New York: Doubleday.