
М.П. Препотенська,
кандидат філософських наук,
доцент НТТУ “КПІ”

АНТРОПОЛОГІЯ МІСТА. НОМО URBIS

В арсеналі філософської рефлексії нашого часу існує низка визначень типів людини, що походить з теорій антропогенезу: *Homo erectus* (людина прямо ходяча), *Homo habilis* (людина вміла), *Homo sapiens* (людина розумна), *Homo faber* (людина працююча). У філософських, психологічних, соціологічних дослідженнях використовується також додаткова класифікація субвидів, які визначають окремі характеристики людського, пов'язані з тими чи іншими феноменами буття: *Homo amoris* (людина любляча), *Homo ludens* (людина, що грає), *Homo agressios* (людина агресивна) тощо. Проте сучасна епоха репрезентує ще один тип людини, який поки що не увійшов у традиції філософського аналізу. При цьому саме він стає майже провідним еволюційним феноменом сьогодення. Йдеться про тип людини, що активно розвивається в останні півстоліття в специфічних темпорально-просторових умовах – у мегаполісі. Є сенс у тому, щоб обґрунтувати цей очевидний і вже досить фундаментальний у своїх характеристиках тип людини – *Homo megapolisus*. Вважаємо за необхідне показати цей тип у цілісності антропологічних рис, їх специфіці, вищих та динаміці. Враховуючи, що антропологічний поворот у філософії збігається з лінгвістичним поворотом, що структури мови, мовленнєві ігри, моделі комунікації стають найвизначнішими характеристиками повсякденного буття людини, у цій статті зосередимося на деяких комунікативних аспектах буття *Homo megapolisus*. Погоджуючись з відомою думкою М.Гайдеггера про мову як дім буття, спробуємо визначити риси “дому буття” людини мегаполісної через її засоби комунікації з собою, з іншими, із світом.

Наша епоха характеризується неухильною урбанізацією. Сьогодні у містах мешкає 45% земного населення. Зростання кількості мегаполісів, концентрації населення в них – фактори сучасної техногенної цивілізації. Урбанізація другої половини ХХ ст. вже дістала назву “революція міст”. За 40 років з 1950-го по 1990 р. кількість міського населення на Землі зросла втричі, а кількість мегаполісів зросла з 77 до 275. Згідно з прогнозами, у перші 20 років ХХІ ст. кількість мешканців мегаполісів збільшиться ще на 71%. За даними ООН, неухильно зростає кількість міст, населення яких перевищує 8 млн людей. Такі міста отримують назву мегаміст (mega-cities). У свою чергу вони також розростаються, утворюючи гігантські конгломерати – мегалополіси. Ці процеси не можуть не викликати зрушень у людській свідомості, світовідчутті. Тому стосунки людини і міста стають визначальними для сучасної культури, соціального життя, реалізації кожної людської особистості. Мегалополіси пострадянських країн мають додаткову специфіку. Вони відзначені недосконалістю інфраструктури, бо створювалися поспіхом заради притягнення дешевої робочої сили, ставали місцем помешкання для мільйонів сільських мігрантів. Проблемна екологія міст, диспропорції в розбудові створюють додатковий дискомфорт для мешканців. Низька кількість корінного населення міст порівняно з кількістю мігрантів призводить до того, що соціальні групи людей у місті виявляються дуже різномірними, в них немає загальної місцевої історії, традицій. Вони начебто привозять з собою історії своїх маленьких міст, селищ, родин. Зрештою маргінальність населення пострадянських мегаполісів впливає на рівень культури й комунікативних зв'язків у місті.

Проте кожний мегаполіс, багатомільйонне місто, представлене численними сполученнями шляхів, архітектурних споруд, особливостями інфраструктури й ландшафту, виступає як самостійний квазі-суб'єкт, з яким веде діалог городянин. Будь-яке місто має свою “фізіономію”, неповторний обрис. Можна пригадати Петербург

Достоевського чи Гоголя, щоб відчуті: місто здатне бути не тільки літературним образом, а й повноправним літературним персонажем із своїм характером, душею. У житті місто сприймається як реальний співрозмовник, воно може приваблювати чи відштовхувати, в нього можна закохатися як у людину, переживати тугу за ним, робити його об'єктом творчості. Швидко зростає залежність середовища людини від її діяльності. Це означає, що місто і людина вкрай взаємодетерміновані. Тому єдиною можливою формою їх співіснування та виживання є діалог. Отже, зосередимо увагу на діалозі людини з містом, особливостях комунікації *Homo megapolisus*. Людська особистість, що поєднує в собі природне (біологічне), духовне, соціальне та космічне, є водночас суб'єктом і об'єктом, режисером і актором, деміургом і артефактом свого життя. Як зазначені складові людської природи взаємодіють у мегаполісному оточенні? Які фактори динаміки мегаполісу впливають на формування комунікативних моделей людини, які в свою чергу зумовлюють нові специфічні риси її буття?

Останнім часом поняття “антропологія міста” дедалі частіше вживається у наукових колах. Привертають до себе увагу праці В.Єсакова, В.Турабова, Г.Горнова, В.Льїна, в яких місто розглядається як сукупність субкультур, культурна метафора, живий організм. Освальд Шпенглер, характеризуючи урбаністичний модус буття, зазначав, що місту чуже усе мікроскопічне, кочове. Сучасну культурну людину він називає “містобудівничою твариною”, а усі вищі культури вважає культурами міст [9]. Особливу увагу комунікативній природі людини приділяє сучасна філософія. Ідеї комунікативної дії та дискурсу, інтерсуб'єктивності, звернення до світу людської повсякденності розгортають проблематику сучасного багатовимірного життєвого світу, де тільки через комунікацію й можливе порозуміння людей. Затверджується можливість екзистенційного зв'язку людей у духовному єднанні, що ґрунтується на діалозі “Я” і “Ти”, коли визнається унікальність іншої людини, її право на свою думку. Концепт “смерті людини” у М.Фуко, “смерті автора” у Р.Барта, деконструкція Ж.Дерріди презентують сучасну людину як полонянку структур влади, зокрема структур мови, в яких вкорінена влада. “Шизоаналіз” Ж.Дельоза і Ф.Гваттарі розглядає людину як “виробника бажань”. Проте людина, що була і є предметом філософських розмислів, залишається дещо абстрактною щодо повсякденних умов свого життя. Себто поєднання антропології міста та антропології мешканця міста ще не відбулося. Таке завдання, на нашу думку, є досить актуальним, бо тенденція сучасної цивілізації – неухильна урбанізація, зростання міст-гігантів, а це потребує цілісного дослідження мешканця урбаністичного світу. Отже, розглянемо деякі типові феномени комунікативного виміру буття *Homo megapolisus*.

Дискурс юрби. Її селекція. Мегаполіс – це багатомільйонне зібрання людей, які не знайомі між собою, можуть зустрітися на вулиці вперше і востаннє у своєму житті. Це випадкова колективність, юрба. З розвитком міст юрба стає не тільки раритетним зібранням людей на площах, а й постійним чинником людської присутності. Співіснування з юрбою для масового індивіда з часом стає звичним явищем. Але воно формує якісно нове ставлення до ближнього. Зустрічаючи щодень тисячі нових облич, очей, відчуваючи тілесну співприсутність багатьох незнайомих, людина повинна виробити механізм певного відчуження від юрби, особистісно об'єктувати перехожих, сусідів у транспорті, в черзі, у ліфті, на ринку, у магазинах тощо. Інакше природна зацікавленість одне в одному може перешкоджати соціалізації у місті. Водночас мегаполісний мешканець зобов'язаний також виробити засоби комунікації у юрбі, щоб адекватно співіснувати з нею. Зазначимо, що загалом мегаполісна юрба – це система еkleктична, динамічна та самоорганізована.

Звернемося до класичних теорій стосунків людей у юрбі. Г.Лебон говорив про “душу юрби”, яка не має розуму, характеризується імпульсивністю, роздратованістю, належить до нижчої форми еволюції. Хосе Ортега-і-Гассет вважав, що людська маса – це “множина без особливих переваг, зібрання пересічних людей, кожен з яких не відчуває в собі ніякого дару чи відмінності від інших” [3, 121]. Е.Каннеті визначав екзистенціальне

буття юрби волю до руйнування, паніку, підкорення ритму, бажання руху [1, 138]. З.Фрейд, аналізуючи масову психологію та людське “Я”, трактував взаємодії у юрбі як лібідозну конструкцію, де вочевидь існує владне чоловіче начало оратора та підкорене жіноче – юрба [5, 140]. Лібідо розглядалося як ірраціональний двигун комунікативної дії, і тому форма подачі ідеї, що здатна запалити лібідозні інстинкти, стає важливішою за істину.

У сучасному мегаполісі ми спостерігаємо нові комунікативні якості юрби, зокрема в її стосунках з ораторами. Так, деякі сучасні політичні мітинги долають класичні уявлення про вождів і юрбу: вони готуються як перформенс, видовище, уникають стихійних моментів, мають чітку ієрархію відповідальності, помірковану режисуру. Крім того, великі юрби людей у мегаполісах періодично збираються для організованого дозвілля. Така юрба об'єднана задоволенням, співпереживанням. Вона є розумною, достатньо структурованою та дисциплінованою, кожний її учасник здатен усвідомлювати власну ідентифікацію й при цьому переживати комунікативну єдність з іншими людьми. Себто сучасна місцева юрба зазвичай не є натовпом у класичному розумінні, вона, скоріше, отримує статус публіки – цілеспрямованої, добровільної, доброзичливої. Це, звичайно, не виключає збудження агресивних чи панічних імпульсів юрби у разі реальної загрози, небезпеки. Проте в пересічному житті перетворення юрби у публіку стає визначною прикметою мегаполісної комунікації.

Якщо звернутися до буденної вуличної юрби, ми побачимо деякі відмінності у самоідентифікації її учасників. Присутність юрби породжує принципово нову тілесність людей мегаполісу. Надто близьке сусідство у місцях загального використання може викликати захисну агресію чи відчуження. Тому інколи однією з екзистенційних прикмет “спілкування” людини з юрбою стає самотність, комунікативна замкненість, мовчазність, відхід від комунікативних трансакцій. Така тенденція призводить до розгортання екзистенціалу самотності мешканців мегаполісів. Відомі приклади, коли місцеві жителі днями чи тижнями залишаються у власних квартирах, таким чином організуючи свою життєдіяльність, щоб уникнути дискомфорту “спілкування” з міською юрбою. Якщо ж людина у юрбі налаштована екстравертовано, вона потрапляє у коло спокуси, розглядаючи юрбу як зібрання потенційних комунікантів. Не маючи змоги реалізувати практичні комунікативні зв'язки з безліччю людей, Homo megapolisus вибирає споглядання замість розмови. Себто невербальне спілкування, обмін невербальними знаками, поглядами, посмішками симпатії, антипатії, байдужості чи зацікавленості стає провідною формою комунікативного “логосу” в юрбі. Ще одним феноменом спілкування з юрбою стає намагання деяких мешканців мегаполісів витіснити власне відчуття самотності, екзистенційної фрустрації ілюзією співприсутності з людьми. Тоді натовп стає симулякром комунікації, витокком подразнень, оманною самотньою людиною.

Для того щоб комунікативно орієнтуватися у щоденній юрбі, людина мегаполісна, напевно, змушена вдаватися до селекції перехожих. Ця селекція цілком відповідає традиціям мозаїчної культури, бо дефіцит часу місцевого жителя призводить до поверхових суджень про ближнього. Стать, вік, зовнішність, імідж, відповідність соціальним стереотипам формують комунікативну схильність Homo megapolisus, яка нагадує метафору постмодерністської ризоми: думки та судження про інших поверхові, рухливі, не мають глибинного ґрунту, духовного заглиблення. Багатогранність людської особистості ховається за ярликами “нового українця”, “жлоба”, “олігарха”, “моделі”, “бомжа” або взагалі “чувака” чи “чувихи”. Себто селективне прагнення призводить до нівелювання особистісних якостей комунікантів. Інколи це стає передумовою агональної комунікації.

Таким чином, юрба мегаполісу формує такі комунікативні ознаки, як еkleктична поверховість спілкування, підсилення невербальних аспектів комунікації, прагнення селекції юрби, інколи – тенденції самотності, відчуження, максимального ігнорування

комунікативних зв'язків. У разі перетворення юрби у публіку комуніканти зберігають індивідуальність й транслюють комунікативну єдність, співпереживання, толерантність.

Агональна риторика. Комунікативною прикметою вітчизняних мегаполісів є агональна риторика. Давньогрецьке поняття “агон”, що позначало прагнення до змагання, до відчайдушної суперечки, у сучасних теоріях комунікації використовується для позначення конфліктогенного спілкування, в якому наявна психологічна конфронтація, де право на слово стає правом на владу, співрозмовник об'єктивується, стає предметом впливу “сильного” промовця. “Агональна комунікація – це контраверсна риторика, яка не вкладається у традиційні параметри логосу, етосу та пафосу. Вона є викликом класичному уявленню про істинність висловлювання, зазначає Ю.Шатін [8, 19]. Дійсно, агональний комуніканти вважає себе “істиною в останній інстанції”, зневажливо ставиться до думок інших. Комунікативна агональність Homo megaropolisus, як правило, викликана компенсаторною агресією. Атмосфера тісняви у юрбі, у черзі, в автомобільних пробках на шляхах міста, у процесі бюрократичних процедур, під час порушення графіків, домовленостей, розкладів у повсякденному житті людини мегаполісної викликає роздратованість різного рівня. Людина не в змозі впоратися з внутрішнім дискомфортом й тому рикошетом виплескує його на інших. У логосфері мегаполісу це відзначається зниженою лексикою, посиленням інтонуванням голосу, продукуванням побутової ненависті, фрустрації через образу іншого. Матірні слова, роздратована чи істерична інтонація, грубість, спалахи гніву є, на жаль, традиційними рисами комунікативних зв'язків міських жителів під час відправлення побутових процедур у місцях громадського накопичення. У цьому ж напрямі розвивається ще одна комунікативна тенденція – звичка до обміну негативною інформацією. Розмови на тему “як усе погано”, перекази жахів, сюжетів нещасних випадків, життєвих драм і сенсацій стають парадоксальною “розвагою” мегаполісних комунікантив, особливо під час вимушених пауз у темпоритмі міста чи взагалі – у разі випадкових знайомств, ні до чого не зобов'язуючих діалогів. Отже, агональна комунікація в мегаполісі спричиняється ситуаціями соціального дискомфорту та низьким рівнем культури, подається як обмін негативною інформацією, знижена лексика, об'єктивує співрозмовників.

Месидж-комунікація. Місцеве середовище являє собою сукупність численних каналів масових комунікацій, форм та засобів спілкування, підключення до джерел різноманітної інформації. Ритм життя міста потребує лаконічного спілкування. Мегаполісна комунікація – це колаж з фрагментів усних реплік, музичних уривків, рекламних текстів на бігбордах, вітринах, топографічних назв, чуток, пліток, обміну формальними фразами. Зазначимо, що низка месиджів використовується суто маніпулятивно: повідомлення повторюються, нав'язуються, кидаються в очі, проголошується у вуличних ЗМІ як рекламні відправлення. Додамо до цього словесний пінг-понг у громадському транспорті, на роботі, численні телефонні переговори, безліч невербальних знаків – й отримуємо розгалужену мозаїку повідомлень. Окремими яскравими “пазлами” цієї мозаїки є чулки і плітки, якими переповнене спілкування у мегаполісних комунікативних громадах. Ця мозаїка месиджів за своєю різноманітністю не може вкорінитися у свідомості, зібратися у сукупну “картинку”. Вона існує як аудіально-візуальний калейдоскоп. При цьому сприйняття месиджів та оперування ними створює шумовий фон та й розгортається на ньому, що також впливає на людське мислення й мовлення, примітивізує його, робить вразливим. Відомо, що рівні шумів у мегаполісах перевищують 90 децибелів та мають тенденцію до посилення кожного року на 0,5 децибела, а це шкодить процесам сприйняття та засвоєння інформації, веде до швидкоплинного споживання інформації. Навіть книга, що її читає в дорозі людина мегаполісна, інколи слугує не витокм духовного пізнання й розвитку, а пересічним методом структурування часу, предметом споживання. Зауважимо, що момент істини відбувається суто у процесі вербалізації, повноцінного діалогу, а не споживання месиджів.

Екзистенційна ономастика. Система топографічних назв у мегаполісі (ономастика) вулиць, провулків, площ, місцевостей з часом втрачає своє пряме навантаження, поступаючись новим змістам – екзистенційним. Себто топографічний знак отримує екзистенційний підтекст. Це відбувається завдяки комунікативній спадкоємності людських поколінь. Так, скажімо, назва “Майдан” для учасників подій 2004 р. у Києві, мабуть, назавжди отримала зміст єднання та боротьби, перебування у граничній ситуації. Поняття “Поділ” асоціюється з київською давниною, мистецтвом та чимось інфернальним, “Печерськ” – з елітарністю, Троєщина – з маргінальністю та суєтою. Окремі назви деяких міст і навіть цілих країн виводять на екзистенційні риси буття людини. Так, Магадан сприймається як овіяна легендами місцевість-в’язниця, Одеса – місто гумору, Париж – всесвітній центр кохання та моди, Лондон – символ респектабельності та багатства, Чикаго – місто гангстерів та хмарочосів, Швейцарія – країна вічного миру та надійних банківських вкладів, Америка – країна свободи і неосяжних можливостей, Сицилія – “серце” мафії, Ріо-де-Жанейро – недосяжна мрія романтиків-авантюристів. Подібна трансформація топоніміки у екзистенційний контекст створює індивідуальну семіотику міста, зрозумілу не тільки його мешканцям, а й іншим цивілізованим народам Землі. Таким чином певна місцевість отримує комунікативно-екзистенційний образ у колективній пам’яті, свідомості.

Дисциплінарна структурованість. Місто являє собою чітку структуру, зумовлену архітектурою, інфраструктурою, ландшафтом, комунікаціями, транспортними розв’язками, шляхами. Структурованість простору детермінована й темпорально. Місто живе за певним графіком хвилин, часів доби, буденних та вихідних днів, відкриття-закриття суспільних місць, закладів. Себто мегаполіс має розгалужену дисциплінарну структуру, яка змушує мешканця підкорятися їй, а інакше – викидає геть. Існує чітка регламентація життя та формалізація нормативних вимог у мегаполісі. Відбувається тотальний інституційний контроль через функціонування контролерів, поліції, відеокамер стеження, охорони. У деяких корпораціях міста існує дрес-код, система штрафів за порушення дисципліни. Згадаємо й про класичні пенітенціарні системи, зазначені М.Фуко як головні аргументи примусу: школи, вищі навчальні заклади, лікарні тощо [6]. На відміну від розпорядку життя мешканця маленького міста чи селища, який часто має змогу самостійно планувати день, Номо megalopolisus змушений ставати слухняною частинкою великої структури. Є, звичайно, і тут свої аутсайтери: жебраки, бомжі, безпритульні. Певний прошарок забезпечених людей може дозволити собі досить вільний графік зайнятості у житті мегаполісу. Проте більшість мешканців великого міста – полонені його ритму життя. Якщо залежність людини від мегаполісної структури стає надмірною, особистість наче перестає сама собі належати, можуть спостерігатися такі екзистенційно-комунікативні феномени, як емоційне вигорання, працеголізм, недільний невроз, екзистенційна фрустрація. Не зайвим згадати приклади В.Франкла щодо “недільного неврозу” мешканців міст, які звикають до колообігу соціальних ролей у буденні дні й відчувають розгубленість у часи усамітнення, у вільний час [4].

Примус мегаполісу, його культурні репресії механізують людську комунікацію, роблять її надто конвенційною чи взагалі формальною. У такому разі Номо megalopolisus може втратити власну ідентифікацію, якщо тільки звикне уникати головного комунікативного дискурсу – внутрішнього діалогу, автокомунікації. М.Фуко писав: “Важлива турбота – зберігати володіння собою, відділити себе від самого себе. Турбота про себе пропонує нам абсолютно інший образ – вільних суб’єктів” [7, 319]. У своєму реальному колективному існуванні людина повинна “пізнати себе як “іншого” до того, як вона зважиться знову претендувати на власне “Я”, стверджував К.Леві-Строс [2, 22]. Тільки постійна авторефлексія, самоаналіз, самопізнання та щирий діалог з собі подібними здатні подолати відчуженість та самотність, продукувати свободу, творчість, оптимістичне світобачення.

Таким чином, ми проаналізували деякі комунікативні аспекти буття *Homo megalopolisus* і дійшли таких висновків.

Є підстави виділити в окремий антропологічний тип людину мегаполісну у результаті провідного характеру такого типу людини у сучасній культурі й цивілізації та наявності фундаментальних характеристик типу, зокрема комунікативних.

Комунікативним феноменом буття *Homo megalopolisus* є дискурс юрби. Їй притаманні еkleктична поверховість спілкування, підсилення невербальних аспектів комунікації, прагнення селекції юрби, інколи – тенденції самотності, відчуження, ігнорування комунікативних зв'язків. У разі перетворення юрби в публіку комуніканти зберігають індивідуальність і транслують комунікативну єдність, співпереживання, взаємотолерантність.

Агональна риторика – невід'ємна характеристика комунікації *Homo megalopolisus* у разі низької культури комунікантів, їх надмірного накопичення, транслює компенсаторну агресію.

Типовим комунікативним феноменом буття *Homo megalopolisus* є месидж-комунікація – вияв мозаїчної культури у поверховості спілкування, стереотипності мислення.

Шляхом комунікативної спадкоємності поколінь мегаполісу ономастика міста отримує екзистенційний підтекст, транслює екзистенційно насичену семіотику людського буття.

Дисциплінарна структурованість життя мегаполісу може призвести до втрати самоідентифікації *Homo megalopolisus* у разі його надмірної залежності від мегаполісних структур. Наслідком цього може стати примітивізація комунікації, формальна конвенціональність, вихолощеність душевного. Дискурс внутрішнього діалогу та толерантний діалог на рівні “Я” – “Ти” є передумовами зберігання повноцінної комунікації та подальшого розвитку особистісного потенціалу *Homo megalopolisus*.

Ми торкнулися деяких фрагментів буття сучасного мешканця мегаполісу. Потребують своєї розробки й такі проблеми, як стосунки людини і природи в мегаполісі, жадоба споживання *Homo megalopolisus*, гендерні аспекти взаємодії городян, виявлення специфіки базових феноменів буття (праця, панування, кохання, гра) у великому місті, аналіз мовленнєвих ігор мешканців мегаполісу, особливостей місцевого койне, перспектив демасифікації особистості та культури. Очевидно, що кожне окреме місто – така ж унікальна загадка, як і кожна людина, що спонукають до розгадки та простягаються у безкінечність пізнання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Каннети Э. Масса и власть. – М., 1997.
2. Леви-Стросс К. Первобытное мышление. – М., 1994.
3. Ортега-и-Гассет Х. Восстание масс // “Вопросы философии”. – 1989. – № 3, № 4.
4. Франкл В. Человек в поисках смысла. – М., 1990.
5. Фрейд З. Массовая психология и анализ человеческого “Я” // Психология масс: Хрестоматия. – Самара, 2001.
6. Фуко М. Герменевтика субъекта. – М., 1997.
7. Фуко М. Надзирать и наказывать. – М., 1998.
8. Шатин Ю.В. Фигура ратора в зеркале семиотики. – Новосибирск, 2000.
9. Шпенглер О. Закат Европы // Очерки морфологии мировой истории. – М., 1988. – Т. 2.