

УДК 17-054,4

ФІЛОСОФІЯ ПРОСТОРОВОГО РОЗВИТКУ МІСТ У КОНТЕКСТІ КОМУНІКАТИВНИХ ТЕОРІЙ

Галина Фесенко

*Харківський національний університет міського господарства
імені О.М. Бекетова, кафедра історії і культурології
узв. Куликівський, 12, 61002, м. Харків, Україна*

Урбаністичні трансформації публічного простору проаналізовано шляхом кореляції типів міського планування та комунікативних теорій. Окреслюються проактивні практики містян, що ревіталізують урбан-простір через перспективу концептуального проектування «нової культурної реальності».

Ключові слова: партисипативне місто, комунікації, публічний простір, урбаністичні трансформації, інтерсуб'єктність.

Сучасні розмисли про місто як специфічну соціопросторову локацію торкаються різноманітних способів людського буття, де «розміщуються» особистісні смисли, виявляється суб'єктність. Міста є «концентраторами» ділової активності, таланту, можливостей для розвитку людського потенціалу. У сучасному урбаністичному світі, який щоразу стає «тіснішим», спостерігаються системні зміни у комунікаціях: з одного боку, людина зіштовхується із проблемами «виключення» з комунікаційного простору, перебування у «конфліктних просторах», породжених комбінацією економічних, політичних, ідеологічних, релігійних чинників; з іншого – з'являються принципово нові способи інтеграції людини у соціокультурне середовище міста, «культури зустрічі», що створюють відчуття єдності, солідарності, поваги до культурного різноманіття.

У такій ситуації актуальності набувають філософсько-урбаністичні візії щодо включення суб'єктів у публічний простір та «становлення разом». Відповідно, виникає потреба у спеціальному осмисленні просторового розвитку міст у комунікативному контексті, зокрема окреслення міських локацій інтерсуб'єктності. Комунікативні підходи до осмислення публічних соціопросторів вимагають окреслення та рефлексії різноманітних типів інтерсуб'єктивності і процесів: співтворення, збереження – підтримки та перетворення міських ландшафтів.

На теперішній час комунікаційні простори міст стають об'єктами різноманітних міждисциплінарних розвідок. Водночас культурфілософське окреслення «міського середовища» у контексті проблематики інтерактивності на локальному рівні є новим дослідницьким завданням для вітчизняної гуманітаристики.

Урбан-філософські дискурси «міського середовища» набувають значимості не тільки на теоретико-методологічному рівні, а й у зв'язку із важливими практичними завданнями. Українські міста, що тривалий час формувались у рамках модерної традиції містобудування, потребують ревіталізації міських просторів. Наразі існує нагальна потреба в розробці відповідних концептуальних підходів для просторово-архітектурних рішень щодо формування просторів міст за принципами інклюзивності, інтерактивності тощо.

Аналіз останніх досліджень і публікацій засвідчив, що публічні простори розглядаються урбаністикою у фокусі як фізичних параметрів, так і соціальних. Дослідники презентують історію урбаністичних трансформацій, у якій чітко простежуються настанови

архітекторів та проектувальників щодо визначення ролі публічних просторів у модерних/постмодерних міських ландшафтах. Зокрема, дослідження Джейн Джекобс про розвиток американських міст («Смерть і життя великих американських міст») мало великий вплив на роздуми американських та європейських урбаністів про важливість різноманітних форм суспільного життя у публічних локаціях міста. Зв'язок між якістю міського життя і просторовими характеристиками міста був також зафіксований протягом цього ж періоду.

Так, для данського урбаніста Яна Гейла комунальний простір (communal space) є не лише важливою формою повсякденних соціальних практик, а й формою творення міського простору [1]. Також він разом із Ларсом Джемзе досліджує феномен «нових міських просторів» на прикладах трансформацій публічних просторів європейських міст. Творення публічних просторів нового типу постає у результаті урбан-тенденцій «лікування міст» як локації для суспільного життя, де можливий безпосередній контакт між людьми, інтер-суб'єктивність [2].

Історико-урбаністичний огляд «публічної арени» міст, здійснений урбаністами, показав, що проектувальники й архітектори протягом тривалого часу усвідомлювали виключно власну відповідальність за просторовий розвиток міст. Відсутність практик щодо залучення громадськості в розвиток міст призвело до «знешлюдження» публічних просторів та соціальної відчуженості містян. Наразі відбуваються радикальні зміни в організації та способах використання публічного простору. Предметом спеціальної уваги стають тенденції до гуманізації європейських міст (Джанет Тібалдс, Джон Шорт) [3; 4]. Проте у соціологічних дослідженнях, як зазначав відомий американський урбаніст Едвард Соїя, переважала думка, що краще розглядати міста як простий фон або середовище для соціальних процесів [5, с. 132]. А значить, приділялося мало уваги пояснювальним можливостям, пов'язаним безпосередньо з процесами урбанізації.

Рівень і характер розробленості проблеми публічного простору міста у сучасному гуманітарному знанні роблять актуальним поєднання двох перспектив – комунікативної філософії й урбаністики – в єдиній теоретико-практичній площині. Урбан-філософські рефлексії простору мають охоплювати пізнання комунікативного контексту міського середовища. Концептом комунікацій, що окреслює людську взаємодію у світі, послуговується екзистенціалізм (Карл Ясперс), феноменологія (Едмунд Гуссерль, Мартін Гайдеггер), теорія комунікативної дії (Юрген Габермас), етика відповідальності (Карл-Отто Апель) та солідарності (Річард Рорті). Після теорії соціальної дії Макса Вебера вивчення комунікативних дій (інтерацій) Юргеном Габермасом було орієнтоване на те, щоб «парадигма пізнання предметів була заміненою на парадигму взаєморозуміння між суб'єктами, які здатні промовляти та діяти» [6, с. 288]. Сучасні дослідники реконструюють теорію комунікації як діалогічно-діалектичне поле, зокрема Роберт Крейг презентує модель комунікації як мета-модель, а комунікаційну теорію як метадискурсивну практику [7].

Нині у вітчизняній гуманітаристиці залишається епістемологічна потреба у витлумаченні комунікаційних параметрів міського простору. Комунікативні візії міста презентують вітчизняні дослідники – Марія Грищенко [8], Тетяна Корнієнко [9], Дінара Локтіонова [10], Олексій Мусієздов [11], Наталія Отріщенко [12], Аліна Солнишкіна [13] та ін. Також вітчизняною урбаністикою здійснюються спроби філософсько-урбаністичних рефлексій на прикладі українських міст (зокрема, Дніпропетровська [13]), а також європейських (на прикладі словенського міста Нова Гориця [14]). Мистецькі інтервенції у простір Нової Гориці постають важливими комунікативними практиками артикуляції «інших» голосів. У цілому комунікаційна опція філософії міста є складним дослідницьким завданням, на вирішення якого зорієнтоване представлене дослідження.

Метою цього дослідження є філософське осмислення соціо-просторового феномена міста щодо виявлення комунікативних особливостей окреслення різноманіття публічних просторів. Для досягнення поставленої мети пропонується розв'язати такі завдання: по-перше, репрезентувати історичну типологію міст через рівень залучення людини у міське середовище; по-друге, окреслити особливості публічних просторів через експлікацію форм повсякденного життя мешканців.

У повсякденному бутті містян, де збільшується частка приватних просторів, потреба у публічній присутності й у безпосередньому контакті з іншими людьми зростає і набуває нових сенсів. Публічний простір міста як середовище людської активності утворюється різноманітними контекстами їх присутності, зокрема такими надзвичайно важливими, як доступність, безпечність, мультикультурність тощо. Інформаційно-комунікативний контекст пов'язується насамперед із значенням міста як «місця для зустрічей» [14, с. 177], а також «почуттям спільності».

У модерних урбаністичних візіях інтерес до архітектури громадських просторів мав другорядне значення. Домінанта містобудівельних проектів 1930–1970-х років закріплювалась за просторовими рішеннями для транспортних магістралей. І лише у 1970-х роках розпочалася критика модернізму та пошук рішень щодо «якості міського простору» з погляду пішохідних повсякденних практик містян. Автомобілецентричні урбан-стратегії стали об'єктами критики через витіснення мешканців із вулиць і площ, а також екологічні проблеми міського середовища. З того часу і дотепер публічний простір і форми соціокультурної присутності у ньому перебувають у центрі уваги архітектурних дискусій про способи «лікування міста». Одночасно з архітектурним розвитком громадських просторів розробляються концептуальні параметри урбан-дизайну з «олюднення» публічних просторів, їх гуманізації [4].

Зміни комунікативно-просторових акцентів у міському середовищі стали основою для вироблення типології міст, запропонованої урбаністами [2]: традиційне, «захоплене», «залишене», «відвойоване». Традиційним містам, якими були середньовічні європейські міста, властивий просторовий баланс у використанні містянами публічних локацій: для зустрічей, ділової активності тощо. Вулиці і площі були пристосовані до різноманітних публічних заходів (міських зібрань, військових парадів, релігійних процесій та ін.). Відзначається, що у тих містах, де центральна частина зберігає середньовічну архітектурно-просторову структуру і вільна від автомобільного руху, спостерігаються сучасні версії традиційного використання публічного простору. Одним із найвідоміших прикладів міста, де архітектурно-просторова структура функціонує традиційним способом, є Венеція. Тут, як і багато століть тому, міський простір добре пристосований для різноманітних публічних заходів. Його архітектурний масштаб, розміри вулиць і площ, а також будівель та споруд перебувають у певній гармонії з людським відчуттям міського середовища та можливостями для пішохідного руху.

Дослідники відзначають, що у традиційних містах комунікації у публічних просторах орієнтовані на те, щоб незнайомці ставали частиною інтерактивної мережі, створюваної містянами. У традиційному місті прибулі з інших міст не могли залишатись на тривалий час чужими, їх або виганяли, або з ними знайомились [15, с. 26]. Можна відзначити, що у традиційному місті комунікаційні зв'язки переростають у справжні зустрічі, а тих, кого вважали чужинцем, – «тримались на відстані». Відомий мислитель-постмодерніст Зигмунд Бауман з цього приводу зазначав, що у середньовічному місті суспільні відносини (наприклад, між покупцями та продавцями на ринковій площі) будувались на основі спільних моральних норм, де безпека, справедливість і стабільність були вищими за прибуток

[15, с. 27]. Етичний вимір комунікаційної сфери спонукає дослідників звертатись до теорії комунікативних дій Юргена Габермаса, до двох типів соціальної дії: цілераціональної (має на меті вигоду та інтерес) і комунікативної (спрямованої на взаєморозуміння, консенсус, упорядкування норм, можливість діалогу) [16]. Підкреслюється, що комунікативна дія є соціальною за своєю суттю, вона немислима поза орієнтацією суб'єктів один на одного, без установки на співпрацю, тому є антропологічно фундаментальною для організації публічних просторів.

Інше уявлення про характер комунікацій у публічному просторі формується у «захоплених» автомобілями містах (*invaded cities*). Адже через своєрідну «узурпацію» автомобілями і місцями для паркування просторів вулиць і площ відбувається процес «просторового витіснення» пішоходів. Автомобільний рух «захопив» міські простори, які мали інше соціальне призначення, і, як наслідок, у містах залишилось не так багато локацій, до яких можна дістатися пішки. До того ж перебування у відкритому публічному просторі ускладнюється через ознаки забруднення (атмосферного, звукового і візуального).

Такі урбаністичні трансформації конструюють нові взаємовідносини людини і міста. Через відсутність просторів для активності пішоходів та екологічні проблеми публічне життя міста біднішає. У містах, що перебувають «в автомобільній облозі», люди намагаються уникати центральної частини міста й обмежують себе у комунікаціях з іншими. До того ж урбаністи відзначають скорочення архітектурно-просторової різноманітності у функціонуванні «захоплених міст», наприклад, через «вторгнення» у тканину міста великих офісних кварталів. Загальне соціальне зубожіння публічних локацій виявляється у тому, що містяни здійснюють лише найнеобхіднішу активність утилітарного характеру, а різноманітність комунікативних дій зникає.

У такому «залишеному» місті (*abandoned city*) повсякденна активність здійснюється переважно за допомогою автомобіля, тротуари перестають бути придатними для прогулянок, як у міських центрах, так і в житлових районах. Відповідно, багато видів комунікативної активності, традиційно пов'язаних із перебуванням у публічних місцях, зникають. У «залишених» містах відсутня повага до соціального різноманіття. Зокрема, діти, літні люди, інваліди, не маючи прав (або змоги) самостійно керувати автомобілем, стають залежними у своїй мобільності від інших, від тих, хто супроводжує та підтримує їхню рухливість. Руйнуються традиційні комунікативні системи, через що спостерігається «некомунікабельність» як крайня форма взаємного відчуження людей, розрив усіх соціальних зв'язків.

З метою «повернення» людини у центр міста урбаністи розробляють нові дизайн-рішення: переміщення у центр міста торговельних пасажів, проектування систем пішохідних мостів (*skywalks*), що б з'єднували магазини всередині будівель. У 1960–1970-х роках архітектори керувались ідеєю, що клієнтів треба «виманити» з їхніх авто у вільні від машин шопінг-вулиці для «більшого зосередження» на покупках. Слід зазначити, що публічні практики містян у таких центрах обмежені через комерційний характер центрів і не можуть відтворювати всю сукупність комунікативних дій, якими живиться суспільне життя у публічних місцях. Так, критики модерної урбаністики зазначають, що «у цих дуже стандартизованих, сучасних торговельних центрах немає місця для універсальності, гумору і демократії» [1].

Міський простір трансформується на користь пішоходів – розширюються тротуари, ліквідуються бар'єри (високі бордюри, залізобетонні паркани), збільшується кількість зелених насаджень, публічні локації облаштовуються вуличними меблями. Таким чином, занедбані, спустошені міста ніби запрошують мешканців повернутись і використовувати публічний про-

стір. Це, у свою чергу, сприяє утвердженню нетехнізованого бачення міських комунікацій, формує «ландшафт» для подолання антропологічної кризи, зокрема кризи міжособистісного буття (за Юргеном Габермасом і Карлом-Отто Апелем).

На сьогодні актуальними залишаються зусилля урбаністів щодо «відвоювання» публічних просторів (*reconquered city*) для різноманітної соціокультурної активності, формування нового, більш життєздатного балансу міських локацій (місць для зустрічей, ділової активності і різноманітної мобільності). Так, Френсіс Тібалде у своїй роботі «Вироблення дружніх до людей міст» наголошує: «настав час, коли ми почали віддавати наші міста назад людям» [3]. Прагнення урбаністів привернути увагу до міста як «життєвого простору» поставило питання людиновимірного простору. У місцях, де простір великий та неспіврозмірний людині, виникає відчуття незатишності, знижується відчуття безпеки. Більш впевнено містяни почуваються на людних вулицях, коли у їхнє поле зору потрапляють привабливі споруди, відкриті вітрини та інші об'єкти. Також урбаністи зазначають, що ситуація, коли у міському просторі перебуває багато людей, є запорукою відчуття комфорту і захищеності. Комунікативна філософія вплинула на пошук способів та форм організації публічних просторів. Мешканці, маркуючи простір як «свій», окреслюють характер приналежності до нього, емоційну прив'язаність. Залежно від масштабу візії «своїм» (у порівнянні з «чужим») може бути окрема локація міста або населений пункт загалом [12].

Уся різноманітність міських просторів може розглядатись у контексті множинності повсякденних практик містян. Наприклад, люди інтегровані традиційною вулицею у різний спосіб: ринковий (через «шопінг»), соціокультурний (через різноманітні масові заходи – соціальні зібрання, святкування релігійних подій, фестивалі тощо). Значимі соціокультурні комунікації утворюють у місті місця діалогу, «місця вироблення смислів», а також підтримують у їхніх учасників відповідні почуття приналежності.

Увага міст до публічних просторів впливає і на розширення комунікативної активності. Важливою характеристикою публічних просторів має бути їхня інклюзивність, щоб усі особи і групи, кожен зі своїми смаками/потребами, могли мати «власні» простори, і щоб різноманітність і розподіл цих просторів були справедливими. Ідея про інклюзивне місто породжена комунікативною етикою, що передбачає консенсуально-дискурсивну легітимацію моральних норм на основі регулятивного принципу ідеальної комунікативної спільноти. Ян Гейл зазначає, що якісний міський простір існує там, де люди не відчувають обмеженими у своїх правах, де на вулицях багато дітей, молоді, людей похилого віку, людей з інвалідністю, де просторовий розвиток здійснюється на принципах «доступності» [1]. Йдеться про феноменологічний досвід інакшості, діалог і його застосування для створення простору «соціокультурного різноманіття». Зокрема, важливим є соціокультурне ревіробництво простору, що відбувається на перетині національних і етнічних культур у мультикультурних містах, та розширює можливості для різних голосів, що мають бути почутими у діалогічному просторі.

Інтерактивність визначає динаміку просторових перетворень і постає реальною альтернативою таким дегуманізуючим тенденціям, як відчуження. Особлива увага приділяється комунікаційним діям на «території сусідства», у житлових кварталах, що виявляються різною «опційною активністю» (наприклад, дитяча гра, зустрічі, привітання, комунікативна активність) або пасивними контактами (тобто просто бачити і чути інших людей). Ян Гейл виокремлює три типи активності у публічному просторі «буття серед будинків»: необхідні, додаткові та громадянський. Необхідні – більшою мірою обов'язкові, що мають здійснюватися за будь яких умов (ходити до школи, на роботу, в магазини тощо). Додаткова активність – це дозвілля за умов «сприятливого фізичного простору», коли локації

«запрошують» людей зупинитись, відпочити, пограти тощо. Звертається увага на таку закономірність: чим більше часу люди проводять на відкритому повітрі, тим частіше вони зустрічаються, тим більше вони розмовляють, у такому просторі можливий ширший спектр людської активності, зокрема – громадської.

Громадська активність у просторі «серед будинків» утворює своєрідну «комунальну тканину» міста. За Чарльзом Лендрі, автором теорії креативних міст, мешканці житлових кварталів здатні організуватись у соціальні мережі навколо питань «життєвих просторів». Горизонтальні соціальні мережі, «об'єднані місцем», постають прикладом ітерсуб'єктних комунікативних дій, які дозволяють громадам брати участь у більш широкому об'єднанні акторів для кращого реагування на складні питання місцевого значення [17, с. 16]. Ці мережі здатні виробляти міждисциплінарні рішення проблем і демонструвати спроможність підтримувати соціальну згуртованість і залучення до колективних дій. Це також стає демонстрацією важливої тенденції щодо зміцнення ролі міста як демократичного форуму і примноження соціального капіталу міста. Горизонтальні мережі, що з'єднують людей через відмінності, допомагають побудувати більш стійкі і творчі спільноти-місця з великим життєвим досвідом, як описував Анрі Лефевр. У цілому соціальні мережі утворюють «м'яку інфраструктуру» сучасних міст.

Особливою комунікаційною платформою для залучення усіх зацікавлених містян до вироблення спільного узгодженого публічного простору постає «партисипативне місто». Окреслюються «нові кордони» громадської відповідальності за міське середовище. Відповідно до розмислів Юргена Габермаса щодо етики дискурсу і комунікативної дії можна відзначити, що партисипативність стає умовою для пошуку рішень соціально значущих проблем, коли цінності, норми і правила життя стають явними [16, с. 163, 197]. Новий етичний запит до комунікаційних дій у міському просторі передбачає маркування мешканцями міських локацій як об'єктів «спільної турботи». Теорія комунікативних дій стала спробою дати відповідь на питання, як у сучасних умовах моральний вибір може бути дієвим, відповідальним і справедливим.

Звертається увага на те, що партисипативний публічний простір формується на тлі зміни просторової ролі міської еліти. Зокрема, Зигмунд Бауман відзначає, що вона перестала належати місцю, бо її турботи лежать деінде, у них немає інших зацікавлень, крім розваг, пов'язаних із містом, де розташовані їхні резиденції [18]. Леслі Грейсон та Кен Янг звертають увагу на роль громадської активності: «Якість життя, що стосується навколишнього середовища міста, охоплює не тільки фізичні характеристики місця, в якому живуть люди, а й соціальні атрибути цього середовища – відчуття єднання громади з міським простором, залучення громади («соціального серця міста») до процесів планування» [19]. Філософське підґрунтя для розв'язання проблем залучення громадян до вироблення/оновлення простору певною мірою забезпечує теорія комунікативної дії Юргена Габермаса. Йдеться про дискурс, у рамках якого створюються умови для вільного, неупередженого діалогу, що спрямований на досягнення консенсусу. Власне інтерсуб'єктність стає вихідною ідеєю про містян як перетворюючу силу для міських просторів.

Оновлення міського простору потребує інтерактивних технологій, спроможних створювати та підтримувати взаємодію і перебувати у режимі діалогу з членами громади [20, с. 56]. Через покращення добросусідства можна вирішувати проблему «дефіциту демократії», а це, у свою чергу, спонукає громаду надавати мешканцям можливість більше впливати на рішення, що торкаються їхніх житлових районів; заохочувати постійний діалог між владою і жителями, адже це також допомагає будувати довірчі відносини між мешканцями. Через збільшення «духу участі» містян відбувається і розширення їхньої просторо-

вої відповідальності (наприклад, відповідальність за прибудинковий простір). При цьому відзначається, що у пострадянських містах склалась така урбан-ситуація, коли у містян ще не вироблено сталої активності та розвинуеного відчуття відповідальності за міське середовище, переважає патріархальність у просторовому баченні відповідальності, свідомо «ізоляція» або відчуженість містян від колективного буття на рівні місцевих громад. Втім, публічний простір відтворюється не тільки фаховими архітекторами, ландшафтними дизайнерами, а й турботою містян. «Сьогодні всі ми урбаністи», – стверджує соціолог Едвард Соїя [5, с. 140]. Індивідуальний внесок містян може виявлятися у практиках тактичного урбанізму (наприклад, декоруванні фасадів будинків, організації «публічних міст»). Філософське підґрунтя такої комунікації людини з навколишнім середовищем можна відшукати в екзистенційних ідеях про творчість. Творчі дії, слідуючи логіці Карла Ясперса, можуть бути результатом «виходу за рамки» повсякденного досвіду й усвідомлення власної творчості як свободи. Така екзистенційна комунікація ґрунтується на взаємності, відкритості та єднанні з іншими, виявляється у різноманітних соціальних, екологічних практиках [7] міського дизайну. «Інтерактивний дизайн» розглядається як якісно нові та особливі комунікативні дії у постіндустріальному суспільстві [21, с. 50], зокрема спрямовані на артикуляцію культурного життя міських кварталів. Сукупність комунікативних дій, що живляться «креативними ресурсами» [17], утворює міські локації культурними, творчими та мистецькими засобами.

Отже, запропонований у дослідженні смислотворчий горизонт філософсько-комунікаційного витлумачення міського середовища дозволив окреслити своєрідний історичний цикл у просторових трансформаціях міст від співмірних людині до «відчужених», далі – «повернення» людини у простір, що поступово «гуманізується» шляхом ревіталізації міського буття серед будинків. Ретроспективний огляд урбан-трансформацій за-свідчив специфіку міських комунікацій у різних урбаністичних формах міст (традиційному, «захопленому», «залишеному», «відвойованому») у діапазоні суб'єкт-об'єктних та суб'єкт-суб'єктних кореляцій. Культурфілософська позиція щодо людського буття як співбуття, що вимагає відкритості до іншого, дозволяє артикулювати параметри партисипативності публічного простору постмодерних міст. Діалогічна домінанта у міжсуб'єктній взаємодії породжує інтерактивний дизайн міського простору. Філософсько-комунікаційна опція міського простору як інтерсуб'єктного дозволяє виявити сутнісні взаємозв'язки між характером облаштування публічних просторів і рівнем діалогічно-консенсусних комунікацій містян. Учасники комунікації, витворюючи у процесі свого спілкування різноманітні типи інтерактивності, водночас продукують нові просторові форми.

Філософсько-урбаністичне відтворення комунікативних моделей публічних просторів міста, на нашу думку, потребує подальшого поглибленого дослідження. Перспективи подальших розвідок можуть бути пов'язані з дослідженням партисипативного змісту міських практик ревіталізації публічних просторів.

Список використаної літератури

1. Gehl J. Life between buildings / Gehl J. – Copenhagen : The Danish Architectural Press, 2001 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.rudi.net/books/3610>.
2. Gehl J. New City Spaces / J. Gehl, L. Gemz. – 3rd ed. – Copenhagen : The Royal Danish Academy of Fine Arts School of Architecture, 2008. – 264 p.
3. Tibbalds F. Making people friendly towns. Improving the public environment in towns and cities / F. Tibbalds. – London – New York : Spoon Press ; Taylor & Francis Group, 2001. – 127 p.

4. Short J. The humane city: cities as if people matter / John R. Short. – Oxford, UK – New York, NY, USA : Basil Blackwell, 1989. – 184 p.
5. Сойя Е. Как писать о городе с точки зрения пространства? / Е. Сойя // Логос. – 2008. – № 3. – С. 130–140.
6. Габермас Ю. Філософський дискурс Модерну / Ю. Габермас ; перекл. з нім. В.М. Купліна. – К. : Четверта хвиля, 2001. – 424 с.
7. Craig R.T. Communication theory as a field / R.T. Craig // Communication Theory. – 1999. – Vol. 9. – Iss. 2. – P. 119–161.
8. Грищенко М. Публічний простір міста як об'єкт соціологічного дослідження / М. Грищенко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Серія «Соціологія». – 2016. – № 1 (7). – С. 31–38.
9. Корнієнко Т.А. Багатомірність підходів до аналізу дизайну міського середовища: соціально-філософський контекст / Т.А. Корнієнко // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2013. – № 52. – С. 73–88.
10. Локтіонова Д.А. Місто та міський простір: реалії та перспективи (вітчизняний досвід) / Д.А. Локтіонова // Методологія, теорія та практика соціологічного аналізу сучасного суспільства. – 2014. – Вип. 20. – С. 86–91.
11. Мусієздов А. «Общий язык тротуара»? : Критика дискурса публичных пространств / А. Мусієздов // Український соціологічний журнал. – 2014. – № 1–2. – С. 18–22.
12. Отріщенко Н. Своє і спільне: відповідальність мешканців за простір міста / Н. Отріщенко [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://prolab.in.ua/svoye-i-spilne-vidpovidalnist-meshkantsiv-za-prostir-mista>.
13. Солнишкіна А.А. Соціологічні аспекти дослідження соціального простору міста «образуміста» (наприкладі Дніпропетровська) / А.А. Солнишкіна // Український соціум. – 2010. – № 1 (32). – С. 50–58.
14. Фесенко Г. Культурно-філософське окреслення стратегій урбан-дизайну (на прикладі Нової Гориці, Словенія) / Г. Фесенко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія «Філософія». – 2016. – Т. 2. – № 11. – С. 177–184.
15. Бауман З. Город страхов, город надежд / З. Бауман // Логос. – 2008. – № 3 (66). – С. 24–53.
16. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. – СПб. : Наука, 2001. – 382 с.
17. Borrup T. Creativity in urban placemaking: horizontal networks and social equity in three cultural districts: A dissertation / Tom Borrup. – Antioch University, 2015. – 274 p.
18. Бауман З. Плинні часи. Життя в добу невпевності / З. Бауман ; перекл. з пол. А. Марчинський. – К. : Критика, 2013. – 176 с.
19. Grayson L. Quality of life in cities: an overview and guide to the literature / L. Grayson, K. Young ; with an introd. R. Rogerson. – London : British Library & London Research Centre, 1994. – 148 p.
20. Hothi M. Neighbourliness + Empowerment = Wellbeing. Is there a formula for happy communities? / M. Hothi, N. Bacon, M. Brophy, G. Mulgan. – Manchester, 2007. – 60 p.
21. Schmitz N.M. Interaction design – design as interaction: on the emergence of design as a symbolic form of modern communication / N.M. Schmitz // Total interaction: theory and practice of a new paradigm for the design disciplines. – Basel : Birkhäuser, 2005. – P. 42–51.

**THE PHILOSOPHY OF SPATIAL URBAN DEVELOPMENT
IN THE CONTEXT OF COMMUNICATION THEORY****Galyna Fesenko**

*O.M. Beketov National University of Urban Economy,
Department of history and cultural studies
Kulikovskiyuzv, 12, 61002, Kharkiv, Ukraine*

The urban transformations of the public space analyzed by correlation of urban planning types and communication theories. The proactive practices of citizens that re-vitalize urban space considered in the perspective of conceptual design of the “new cultural reality”.

Key words: participatory city, communication, public space, urban transformation, inter-subjectness.