

УДК 101.1

<https://doi.org/10.30546/ifs.2026.1.46.1054>

## МЕГАПОЛИС В ЭПОХУ ГЛОБАЛЬНЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ: СОЦИОКУЛЬТУРНАЯ ОПТИКА ИССЛЕДОВАНИЯ

Агамали Мамедов

доктор социологических наук, профессор,  
Московский государственный университет, **Россия**

e-mail: [akmnauka@yandex.ru](mailto:akmnauka@yandex.ru)

orcid 0000-0002-2607-7546

Ариз Гезалов

кандидат философских наук,  
институт социологии Федерального научно-исследовательского социологического  
центра Российской академии наук (ИС ФНИСЦ РАН), **Россия**

[arizkam@mail.ru](mailto:arizkam@mail.ru)

ORCID: 0000-0002-5712-8465

**Резюме.** Будучи крупным объединением людей, город является особым социокультурным пространством, в котором продуцируются и актуализируются новые стратегии человеческого поведения, включая их ориентир на новые обычаи, традиции, ценности и законы. Город является проявлением «цивилизации» в смысле его этимологического значения. Мегалополис, как наиболее большой «привлекательный» город, является ярким примером, в котором актуализируются современные социально-культурные проблемы в эпоху глобальных перемен.

**Ключевые слова:** социология, город, трансформация, общества, дуальность, мегалополис, культурная диффузия, миграционный поток, текст, ценности.

## QLOBAL TRANSFORMASIYALAR DÖVRÜNDƏ MEQAPOLİS: TƏDQIQATIN SOSİO-MƏDƏNİ OPTİKASI

Ağamalı Məmmədov

Ariz Gözəlov

**Xülasə.** Şəhər insanların böyük toplaşma məkanı kimi, yeni insan davranış strategiyalarının formalaşdığı və aktualaşdığı xüsusi bir sosial-mədəni məkandır. Bu strategiyalar yeni adət-ənənələrə, dəyərlərə və qanunlara yönəlməni də özündə ehtiva edir. Şəhər etimoloji mənada “sivilizasiyanın” təzahürüdür. Ən böyük “cəlbedici” şəhər kimi, meqapolis qlobal dəyişikliklər dövründə müasir sosial-mədəni problemlərin aktualaşdığı əsas nümunələrdən biridir.

**Açar sözlər:** sosiologiya, şəhər, transformasiya, cəmiyyət, dualizm, meqapolis, mədəni diffuziya, miqrasiya axını, mətn, dəyərlər.

## MEGALOPOLIS IN THE ERA OF GLOBAL TRANSFORMATIONS: SOCIO-CULTURAL OPTICS OF RESEARCH

Agamali Mamedov

Ariz Gezalov

**Abstract.** As a large gathering of people, the city is a special socio-cultural space where new strategies of human behavior are produced and formed, including evolving customs, traditions, values, and norms. The city can be seen a manifestation of civilization in its broader conceptual sense. As the largest «attractive» city, the metropolis is a prime example where modern socio-cultural issues are manifested in an era of global change.

**Keywords:** sociology, city, transformation, society, duality, metropolis, cultural diffusion, migration, values.

Мегаполис является центром во всех аспектах, специальной пространственной системой, занимающей ключевое место как в национальной экономике, так в мировой системе [1,2]. В связи с этим, мегаполис является крупнейшим «хабом» коммуникации как за счёт концентрации широкой аудитории, так и инфраструктурных возможностей. Понятие «megacity» было упомянуто в 70-х гг. в докладах ООН после чего стало популярным по всему миру в количественных мерах, которые были утверждены ООН (город с населением более 10 млн. человек [3]). Также мегаполис можно определить, как большого размера географическую зону, которая характеризуется соединением нескольких городов в одно пространство, имеющее один или несколько центров притяжения [4], в отличие от простого города является более сложной системой социальных институтов, он становится сосредоточением различных социальных групп с особыми социальными и культурными особенностями, коммуникация между которыми приводит к диффузии культур.

В целом проблема городского пространства исследовалась всегда социологией. Так, К.Маркс и Ф.Энгельс понимали под городом концентрацию орудий производства, населения, капитала, потребностей. В этом смысле города противопоставлялись деревням, в смысле желания у людей «преумножить средства производства и средства защиты» [5]. В работах указанных классиков на первый план выходит экономическая составляющая, а также изучение города преимущественно под призмой развития производительных сил и классовых конфликтов [6].

Немецкий социолог Г.Зиммель актуализировал разность не только между городом и деревней, но и между масштабом городов – большие и малые города [7]. По мнению мыслителя, большой город является пространством с большей свободой. Однако, такого рода «свобода», с одной стороны, является результатом многогранности большого города и большого количества разных людей, с другой стороны, вытекающей из первого довода, безразличности и взаимной замкнутости. Проблема одиночества, фланерства, духовной отдаленности – неизменные атрибуты большого города. Используя терминологию, возникает «бесчувственно-равнодушный человек», который в своей урбанистической креации формирует новое культурное приспособление – бесчувственное равнодушие к окружающим вещам, обесценивая их. Поэтому в большом городе «человек создает себе средство самозащиты», которое возникает от ощущения перегруженности разнообразными стимулами (внутренними и внешними впечатлениями) [7, с.2]. Более того, большой город развивает внутри себя принципиально иные формы социализации, сущность которой состоит в ориентире на социум в целом, имея цель развить свою индивидуальность. Такого рода разобщенность общества в больших городах служит распространению большей свободы. В понимании М.Вебера город рассматривается, как населенный пункт, в котором отсутствуют тесные связи между соседями в следствии плотной застройки и жизни [8]. В его теоретических посылах в процессе формирования городов аккумулировались различные социальные, исторические, культурные микропроцессы, которые и сформировали город, как социокультурный комплекс.

Считая, что город является результатом преобразования мира человеком, американский социолог Р.Парк констатирует необходимость постоянной адаптации к городу [9]. Большие города, в его представлении, являются локальными центрами мировой экономики, культуры и цивилизации, смешиваясь между собой претерпевают риск исчезновения. Как и Зиммель, Парк рассматривает большой город, как большую лабораторию изучения социальных процессов, где характеризуются наиболее сильные социальные изменения социальной среды, в ходе которых происходит переход к механизированному миру [10]. Можно сказать, что новая форма бытия (отличная от прежнего, деревенского) создает физическую и институциональную структуру, регламентирующую правила жизни в большом городе. В этом смысле, сравнивая с Зиммелем, большой город не столько привносит большую свободу человеку, сколько является средством для постоянного приспособления к окружающей среде, действуя по определенным «городским» правилам.

Так, идея особого образа жизни, формируемого большим городом, развивается в творчестве Л.Вирта [11], где город является концентратом социально-гетерогенных индивидов, поведение которых является урбанизмом. Будучи социокультурным пространством, большой

город расширяет пространственные границы, становясь экономическим, политическим, культурным центром, вовлекающим в себя различные сообщества со всего мира [11, с. 93-94]. Иными словами, город понимается не только как пространство для проживания, но и как центр общественной жизни.

Говоря о жизни частной, Вирт подчеркивает с одной стороны ее анонимность, поверхностность, мимолетность, а с другой – свободу и полезность (социальные связи исходя из полезности индивида) [11, с.106]. Данные аспекты и создают основу особого образа жизни в городе, которое понимается Виртом с трех сторон. Во-первых, образ жизни, как физическая структура, которая включает в себя технологию, экологический порядок. Во-вторых, как система социальной организации, имеющая характерную для нее систему социальных институтов и набор социальных практик. В-третьих, образ жизни в городе понимается, как набор установок и идей, созданных на основе коллективного поведения и социального контроля [11, с.112].

Схожим мнением, в смысле рационализации взаимодействий внутри города, является определение города Ф.Тённисом, который актуализирует «ассоциативный» тип сообщества, образованный большим городом. Так, социальное взаимодействие и, связанный с ним, социальный обмен становится рационализированным, безличным и отстраненным [12].

Символическую сторону социального взаимодействия в городе актуализирует П.Бурдьё, рассматривающий город, как систематизированное пересечение связей. Так, социально-культурное пространство в городе понимается через понимание слияния различных стилей жизни в единое символическое пространство жизненных стилей и статусных групп [12].

Помимо особого символического пространства, формируемое на основе дифференциации статусных и культурных групп, город характеризуется развитым разделением труда, что сопутствует высокой дифференциации социальной структуры. В понимании П.Бергера и Т.Лукмана город является пространством, сконструированным действиями групп людей [13].

В общем виде различные трактовки города представлены в таблице 1 (см. табл.1)

<b>Автор</b>	<b>Понятие</b>
К.Маркс и Ф.Энгельс	Город, как концентрация орудий производства, населения, капитала, потребностей. Изучение города преимущественно под призмой развития производительных сил и классовых конфликтов.
Г.Зиммель	В большом городе «человек создает себе средство самозащиты», которое возникает от ощущения перегруженности разнообразными стимулами (внутренними и внешними впечатлениями). Мысль о достижении свободы в следствии разобщенности.
М.Вебер	Город рассматривается, как населенный пункт, в котором отсутствуют тесные связи между соседями в следствии плотной застройки и жизни.
Р.Парк	Большие города являются локальными центрами мировой экономики, культуры и цивилизации, смешиваясь между собой, которые претерпевают риск исчезновения.
Л.Вирт	Город является концентратом социально-гетерогенных индивидов, поведение которых является урбанизмом. Город – как центр общественной жизни.
П.Бурдьё	Город как систематизированное пересечение связей. В городе формируется особое символическое пространство.
П.Бергер и Т.Лукман	Город является пространством, сконструированным действиями групп людей.

*Таблица 1. Разнообразие трактовок города и большого города [14]*

Таким образом, большой город представляет собой особое социально-культурное пространство, сконструированное на основе рационального обмена между разными социальными группами, фланерами, характеризуемое символическим пространством, формирующее новые социальные практики, в особенности обезличенность и отстраненность.

Как пишут Р.Коэн и П.Кеннеди, большие города можно разделить на четыре группы [15]. Во-первых, древние города (Багдад, Каир, Афины, Рим и другие). К такому типу относятся города, которые связаны с «великими цивилизациями» в истории. Указанные города существовали до образования национальных государств, выполняя все функции. Будучи административным, военным, экономическим центром, древние города рассматривались в основном, как единое государство.

Во-вторых, колониальные города, например, Мумбаи, Лагос, Сан-Паулу, Йоханнесбург. Данные города образовывались в ходе колониальной экспансии более сильных государств. Проще говоря, центр города является наиболее богатым местом, включая деловые кварталы, тогда как периферия города заполнена трущобами и нищетой. Более того, такие города, в условиях колонизации некоей местной культуры, формировались в процессе слияния разных (чаще всего противоположных) культур, создавая уникальное социально-культурное пространство.

В-третьих, индустриальные города, которые являются центрами промышленной и торговой деятельности. Преимущественно, данный тип городов формировался в эпоху модерна при создании системы национального государства. Стоит отметить, что диффузия культур в данном случае осуществлялась за счет притяжения данными городами большого числа мигрантов. Примерами индустриальных городов являются Торонто, Чикаго, Сидней и др.

В-четвертых, глобальные города, например, Лондон, Нью-Йорк, Берлин, Париж и др. Как пишет Дж. Фридман, основными атрибутами глобальных городов – это интеграция городов в глобальную экономику, процесс который влияет на производственную форму города, а также на природу рынка; некоторые глобальные города являются местом хранилища мирового капитала (например, Цюрих); высокая интенсивность миграционных процессов (как внутренних, так и из других стран); существует высокая пространственная и классовая поляризация, а также глобальными городами осуществляются различные функции контроля [16]. Так, глобальные города являются площадками, концентрирующие и накапливающие капитал, реализующие определенные контрольные функции в мире и играющие большую роль в осуществлении мирового порядка, например, в распределении мировых производственных сил. Более того, глобальные города являются: центрами притока капитала и инвестиций (чаще всего долгосрочных) и международных и внутренних мигрантов; связующими транспортными хабами; концентратом информации и культуры, а также производственных сил.

Как пишет С.Сассен, глобальные города являются узлами в глобальной экономической системе, реализующие свои определенные функции. По мнению социолога, глобальные города имеют тенденцию к высокой специализации на рынке, формируя тем самым мировое разделение труда [17]. Помимо развитой телекоммуникационной инфраструктуры и ТНК, глобальный город аккумулирует внутри себя особую культурную среду, созданную в следствии большого притока мигрантов. Проще говоря, глобальный город является скорее функцией международной сети стратегических площадок, чем конкретным местом. В условиях глобализации города претерпевают процессы урбанизации, превращаясь в большую городскую агломерацию – мегаполис. По нашему мнению, ярким примером, иллюстрирующим данный процесс, является расширение Москвы в территориальном плане, а также создание единой транспортной системы города, связанной с пригородом (Московской областью) [18]. Как пишет Л.Мамфорд, мегаполис рассматривается, как «большой промышленный город, который достиг предела роста» [19].

Сегодня в условиях глобализации и цифровизации, в условиях стирания пространственных границ, большой город обретает новые качества. Так, выделяются термины, характеризующие большие города в новых реалиях. К примеру – глобальный город, цифровой город, город постмодерна, информационный город, расползающийся город [20]. Помимо данных терминов выделяются также метрополис, мегагород, мировой город, конурбация, городская агломерация и др. Стоит отметить, что такого рода разнообразие терминов связано с многогранностью и междисциплинарным характером исследований мегаполисов [21].

Так, в общем смысле, взаимозависимость понятий, разделенных на две современные трактовки мегаполиса отражена в таблице 2 (см. табл. 2)

<i>Мегаполис – большой, значительный город</i>	<i>Мегаполис – урбанизированный регион, в состав которого входят несколько городов и их пересекающиеся окраины</i>
<b>Мегагород</b> – мегаполис; город с населением 1 млн чел. и более	<b>Метроплекс</b> – обширная агломерация, охватывающая несколько городов и их окраины
<b>Метрополис</b> – главный или столичный город страны, штата или региона, город, рассматриваемый как центр определенной деятельности; главный город, часто столица страны, штата или региона; крупный столичный город	<b>Городская агломерация</b> – компактное расположение, группировка поселений, объединенных не только в пространственном смысле, но и обладающих развитыми производственными, культурными, рекреационными связями
<b>Мировой город</b> – крупный город с непропорционально высоким значением в сфере мировой политики, хозяйства, культуры и искусства	<b>Конурбация</b> – территория городской застройки, на которой проживает большое количество людей, формируемая из территорий небольших городов, растущих и соединяющихся друг с другом
<b>Глобальный город</b> – город, занимающий стратегически важное положение в мировой экономике за счет аккумуляции функций управления и контроля, различных видов ресурсов, предоставляющий услуги в высокоспециализированных сферах наднационального значения, имеющий наиболее интернационализированную экономику и социальную структуру	<b>Глобальный городской регион</b> – сосредоточение городских поселений, обширная урбанизированная территория с прилегающими окраинами различной протяженности, чьи внутренние экономические и политические проблемы сложным образом влияют на развитие наднациональных отношений

Таблица 2. Взаимозависимость понятий, связанных с мегаполисом [22]

Как правило, данные термины зачастую используются как синонимы, однако стоит отдельно учитывать цели исследования, в котором используется тот или иной термин. Мегаполис, как крупное пространство, является важным элементом функционирования общества. Так, с увеличением численности населения, его уплотнения и большей дифференциации актуализируются вопросы социального неравенства, распределения власти и социального порядка. М.Кастельс отмечает, что новые формы городской жизни структурируются вокруг ее основных количественных характеристик таких, как размер, плотность и социальная гетерогенность. Таким образом, Кастельс выделил три основных качества мегаполиса (глобального города) [23].

Во-первых, чем больше город, тем больше различий внутри. Данный тезис связан с постулируемым ранее тезисом Зиммеля об анонимности, безразличности, утрате четких общинных связей, а также увеличению социальной конкуренции.

Во-вторых, плотность населения усиливает дифференциацию. В данном случае, как писали Теннис и Вирт о рациональности социальных связей, в смысле определения их индивидуальной полезности, тезис Кастельса связан с развитием индифферентности ко всему, что не связано с целью.

В-третьих, гетерогенность города по классовому и этническому характеру позволяет создавать специальные ассоциации для поддержания социальной солидарности.

Указанные признаки современного городского пространства выделил Р.Ю.Порозов: гетерогенность, проявляемая в неоднородности городского населения, а также актуализации различных субкультур; динамичность – высокая социальная мобильность, как вертикальная, так и горизонтальная; размытость границ, под которыми понимается привлечение большего внимания маргинальным группам со стороны СМИ [24]. Стоит отметить, что в понимании Кастельса современный город является дуальным в силу его поляризации не только по экономическому признаку (бедные – богатые), но и также по социальной структуре, которая была сформирована информациональной экономикой. Причинами дуальности города являются

рост миграционных процессов, поляризация профессиональной структуры, повышение влияния информационного сектора, а также падение индустриальной роли [25]. Так, происходит сегментирование социальных групп, изоляция культур и их сегрегация по вопросам использования общего пространства.

В общем смысле, как отмечает Е.Р.Метелева, выделяются два направления методов исследования мегаполиса: географическая (город, как сервисный центр) и социологическая [26]. Такого рода дихотомия методов строится на традициях Фридмана (география) и Сассен (социология).

Городская инфраструктура рассматривается, как совокупность процессов, цель которых обеспечивать нормальное функционирования элементов системы. Важно отметить, что инфраструктура может быть, как в физическом смысле, так и в социальном. Социокультурная инфраструктура рассматривает человека, как носителя культурных кодов для поддержания внутренней солидарности собственной системы [26, с.2].

Социокультурная инфраструктура включает в себя фактор «инкультурации городской жизни» [27,], ибо социокультурная инфраструктура мегаполиса понимается, как капитал, который имеет относительно размытые границы. П.Бурдье пишет, что культура, будучи городским ресурсом, имеет либо меньшее представление в объективном состоянии, либо включена в другие виды капитала. Более того, культура реализует множество ролей в городе – средство обмена, результат действий и обмена, объект коммуникации. В связи с этим, социокультурная инфраструктура включает в себя два уровня – институциональный и виртуальный. Институциональный уровень включает в себя сеть образовательных и культурных учреждений в то время, как виртуальный – нематериальные ресурсы, создающие уникальное коммуникативное и смысловое поле города. Такого рода коммуникативное и смысловое поле города может быть отражено и исследовано через концепцию Ю.Лотмана, где рассматривается в первую очередь феномен текста [28].

Основными функциями текста являются передача информации, создание новой информации и сохранение памяти. В этом смысле, в соотнесении с понятием социокультурной инфраструктуры, можно говорить о том, что в городе аккумулируется особый его текст. Итак, «текст города» включает в себя материальные объекты и нематериальные объекты, «составляющие городской словарь» [29]. Так, элементы «текста» города передают, генерируют и сохраняют информацию внутри города, используя различные мифологемы и урбанонимы, под которыми понимается определенный знаковый континуум, в котором содержание создает информационное пространство и образ города проявляется в разных модальностях [30].

Важно отметить, что наличие такого рода «именного пласта» показывает наличие характерного ландшафта того или иного места, его социальную и деловую активность, а также ценностное отношение к месту. Иными словами, в городе существует множество пластов-пространств, которые объединены в общее большое пространство города. Так, к основным пространственным пластам города относятся [31]:

— географический, характеризуемый физический ландшафт города, географическое положение, климат и так далее;

— исторический, проявляемый в архитектуре города, включая названия, исторические смыслы (например, Вечный огонь на Красной площади в Москве или Мемориал жертвам Холокоста в Берлине);

— социального, при котором город является результатом действий групп людей;

— ментального, представляемый, как особый коллективный образ города, с одной стороны, создаваемый человеком, а с другой – влияющий на сознание человека.

Так, город является пространством, в котором аккумулируются различные пласты – географический, исторический, социальный и ментальный. Данные пространства связаны между собой, формируя единый визуальный и ментальный образ города, как у жителей города, так и гостей. В связи с тем, что географический пласт связан с климатом, внешней средой и влияет на развитие культуры, можно предположить, что социокультурный аспект города реализуется в симбиозе данных четырех пластов. Большой город представляет собой особое социально-культурное пространство, сконструированное на основе рационального обмена

между разными социальными группами, фланерами, характеризуемое символическим пространством, которое формирует новые социальные практики в городе, в особенности обезличенности и отстраненности. Мегалополис является центром мировой системы, выполняющий определенные контрольные функции и концентрирующий внутри себя производственные и трудовые ресурсы.

С культурологической точки зрения, мегалополис является индикатором развития культуры, который является показателем для остальных территорий, ибо, с увеличением численности населения, его уплотнения и большей дифференциации - актуализируются вопросы социального неравенства, распределения власти и социального порядка. Внутри мегалополиса формируется особая городская инфраструктура (социальная и физическая). Социокультурная инфраструктура рассматривает человека, как носителя культурных кодов для поддержания внутренней солидарности собственной системы. Помимо этого, внутри городского пространства аккумулируются различные пласты – пространства, составляющие образ города: географический, исторический, ментальный и социальный. В этом смысле, мегалополис представляет собой определенное социокультурное пространство, внутри которого создаются и аккумулируются множество сред, например, информационная среда, инфраструктурная среда, ценностно-смысловая, вещественно-материальная среда и др. [32].

Трансформационные процессы, происходящие в современном обществе и, к слову, делающие современное общество современным, напрямую влияют на формирование образа современного города. Глобализация, цифровизация, урбанизация делают современный город наиболее медиатизированным, что проявляется в актуализации медиа, цифровых платформ, как новой бизнес-модели и способе осуществления прямого взаимодействия между различными участниками рынка, а также социальных сетей и других продуктов цифровизации общества.

Современный город рассматривается, как медийно-архитектурный комплекс, который возникает в процессе распространения пространственных медийных платформ и гибридных пространственных ансамблей (гибридизации онлайн и офлайн пространств) [33]. Помимо изменения способов коммуникации (перевода части социальной коммуникации в «цифру») распространение медиа служит организации общественного пространства.

Помимо медиатизации современного города происходит его усложнение и формирование контрфинальности. Как пишет модный ныне исследователь В.Беньямин, современный город включает в себя свойства «лабиринта», который тесно связывает внутри себя особое городское пространство и воспроизводство культурной идентичности [34].

Контрфинальность в данном случае является феноменом, проявляющимся в современной городской среде преимущественно мегалополиса. В понимании Дж.Элстера, контрфинальность является проявлением неоднозначности и «отложенной» во времени противоречивости социальных процессов [35]. Проще говоря, контрфинальность — это «обратный» результат целенаправленных и рациональных действия массы, действия которых не согласованы между собой. Результат, в данном случае, может быть непредсказуемым и разным [36]. Контрфинальность современного города проявляется не только как результат индивидуальных целенаправленных действий, но и как характеристика пространства, времени, информационных систем [37].

Более того, стоит учитывать факт, что единичный житель города рассматривается, как «фланер» и «бесчувственно-равнодушный человек». Такого рода человек по Зиммелю характеризуется повышенной тревожностью жизни, формирующейся в условиях интенсификации перемен внешнего и внутреннего мира, в особенности впечатлений [38].

Стоит отметить, что, будучи социально-культурным пространством, большой город аккумулирует внутри себя большое количество различий по разным параметрам – этническим, расовым, культурным, социально-экономическим, политическим и другим. Палитра разнообразия и пересечения «непохожего» обеспечивает синергию, повышая функциональность города [39].

Динамичное культурное пространство мегалополиса понимается, как «система результативных оснований человеческой деятельности и ее знаково-символического содержания, ко-

торый воплощен в многообразных продуктах культурной практики человека» [40]. Действительно, в условиях большого города, внутри которого образуются различные субкультуры, формирование социальных групп по культурным признакам неизбежен. Важной чертой культурного пространства является плюралистичность множества интересов, их неоднородность, а также идейные, ценностные, социальные различия, не сводимые к чему-то единому и существующие отдельно друг от друга [41]. Более того, большой город является крупной площадкой для осуществления диалога между культурами, их объединения или пересечения. Культурная составляющая городского пространства отчасти является продуктом сознания и мысли, т.е. производным когнитивных, эмоциональных и мотивационных аспектов личности [42]. Важно отметить, что социально-культурное пространство в городе понимается через понимание слияния различных стилей жизни в единое символическое пространство жизненных стилей и статусных групп. Обмениваясь информацией, жители городов формируют новую социокультурную инфраструктуру [43].

Таким образом, общество с помощью коммуникативного действия социализируется – создает новые внутренние структуры и осваивает внешний мир. Иными словами, с помощью коммуникации и ее трансформации со временем общественные структуры «адаптируются» под новые условия и создают внутри себя новые системы действий с целью собственного сохранения и репроизводства. Сутью коммуникации является достижение взаимопонимания. Оно ориентировано на достижение успеха – обоюдного согласия для реализации собственных целей.

Ю.Хабермас в данном случае говорит о телеологической структуре действия – действия, имеющего цель. Важно, что помимо общей цели на достижение успеха коммуникативное действие предполагает координацию действий акторов, а также создания общих ситуаций жизненного мира, в том числе и городской инфраструктуре. По Хабермасу, коммуникация – необходимость и двигатель в обществе. Помимо основной цели – сохранения солидарности внутри общества, она служит укреплению традиций, обновлению культурного потенциала, социальной интеракции и формированию солидарности, формированию личности и личностной идентификации (социализации) [44].

Более того, отмечает Кастельс, с увеличением населения в городе увеличивается количество различий, тогда как повышенная плотность усиливает эту дифференциацию. Поэтому, по нашему мнению, в условиях цифровизации и урбанизации диффузия культур перетекает в онлайн пространства, формируя виртуальные сообщества, субкультуры и так далее. Так, цифровые коммуникационные технологии сегодня способствуют взаимодействию людей и быстрому обмену информацией и сообщениями между людьми, иногда находящимися в разных часовых поясах. Это подтверждает работы Н. Лумана, который писал, что границы общества – это границы коммуникации. Новые коммуникационные устройства позволяют коммуникантам взаимодействовать друг с другом, не находясь в одном физическом пространстве [45].

В связи с этим, по нашему мнению, в условиях цифровизации и развития цифровой коммуникации, большого числа акторов, разнородности социальных групп, наличия общественных площадок, а также событий («впечатлений») в городе социально-культурное взаимодействие с одной стороны становится более свободным и открытым, а с другой более бесчувственным и равнодушным.

Основная критика цифровой эпохи заключается в том, что она увеличивает проблемы межкультурной коммуникации. Несмотря на эту критику, технология стала частью человеческой культуры, сообщества и идентичности. Поскольку в человеческом общении доминируют сетевые формы общения, мир – земной шар превратился в «глобальную деревню», в которой границы между государствами становятся более прозрачными, а информация более неуловимой [46].

Современный английский теоретик Д.Маккуэйл также приходит к выводу, что правила социального взаимодействия опосредованы в первую очередь коммуникационными технологиями [48]. Интересно, что Маккуэйл, описывая современные организации, говорит о том, что они преимущественно фокусируются на особенностях производства медийного

продукта. Иными словами, процессы коммуникации проходят несколько уровней. И если раньше они были опосредованы определенными технологиями, специфичными для этого уровня, то теперь с развитием интернета границы между уровнями стираются. Одним из уровней коммуникации автор выделяет организацию или общественную структуру, говоря о том, что коммуникативные процессы внутри и вне организации также являются составляющей общественной (социальной) коммуникации [49].

Соединение цифровых технологий с городской средой формирует новые направления развития городского пространства: цифровые сети распространяют экономическую деятельность в географическом пространстве, а также усиливают концентрацию влияния, что приводит к большим возможностям для объединения, с одной стороны, а с другой – большей разобщенности [50].

Как отмечается растущее число цифровых технологий и, с первого взгляда, связанные с ним возможности и «свобода» являются скорее мнимыми, иллюзионными, так как повышают возможности для управления и контроля со стороны государственной власти и крупными игроками рынка (ТНК, цифровые платформы) [51]. В этом смысле городское пространство в условиях цифровизации приобретает новые качества социокультурного пространства, в смысле непродолжительности, дискретности и интенсивности социальных связей и, создаваемого ими, культурного аспекта в городе.

Так, социокультурный аспект городского пространства, с одной стороны, расширяет свои границы в процессе цифровизации и частичного перехода в онлайн-коммуникацию, а с другой стороны – включает в себя типические особенности города (обезличенность, равнодушие, ориентир на свои цели).

Культурный ландшафт является многогранным феноменом, включающий в себя определенную семантическую нагрузку («невидимую» силу), а также классические мерилы пространства – длина, ширина, высота. Культурная составляющая города, в определенном смысле, является «одомашненной», а в условиях глобализации глокализованной. Можно сказать, что культурный аспект города, как социокультурного пространства, учитывая географический компонент, проявляется, как геокультурная категория города.

Наиболее детально городское пространство с его геокультурным аспектом проанализировано В.Каганским [52], где автор, рассматривая классическую схему «центра и периферии», дополняет данную схему «провинцией» и «границей». В общем смысле, схема анализа городского пространства под культурным аспектом включает в себя «центр», «провинцию», «периферию» и «границу»:

Во-первых, центр, который представляет собой пространство, концентрирующее всю специфику городского пространства, его особенности культуры. В центре большее преобладание занимают искусственные элементы среды, имеющие характер симулякра (говоря по терминологии Бодрийяра). Центр, как особое пространство города, аккумулирует большее число экономических, социальных и культурных элементов, вовлекая в себя различные группы. Как пишет В.Каганский, центр является «сложной системой меньшинств», основным аттрактором города более того, говоря о том или ином городе в большинстве случаев ассоциативный ряд связан с центром города» [52].

Во-вторых, провинция – удаленная зона. Провинция представляет собой производственную базу системы. По мнению автора, именно периферия является «убежищем культурно значимых текстов».

В-третьих, периферия, которая понимается, как ресурсная база системы города, основное направление работы - ориентир на центр. Как отмечается, население периферии состоит преимущественно из «приезжих», «неукорененных жителей», в то время как в провинции – городские жители во 2-3 поколениях.

В-четвертых, граница, понимаемая, как «антицентр». Граница в данном случае представляет собой некий рубикон между различными системами пространства, являясь маргинальной территорией.

Важно отметить, что такого рода деление города на зоны, имеющие специфические особенности, определяет общий культурный ландшафт города, в смысле разных позиций

«смотрящего». Более того, каждая зона имеет внутри системы такую же систему, как и весь город в целом.

В условиях современности, современный город, констатирует Ж.Деррида, «центр» отходит от былой структурности, в смысле единоличной концентрации в нем культурных смыслов всего города [53]. Такое распыление города переходит на другие зоны, позволяя им становиться субъектами социокультурного процесса. Можно сказать, что традиционная схема города с концентрацией в центре становится ацентричной, превращаясь в большую гиперсеть, не имеющей одного центра. Такого рода ацентричность создает новые проблемы в изучении диффузии культур, а также городского пространства и сознания человека. Одной из четырех характеристик города является ментальный пласт-пространство, как социокультурного пространства.

Так, ментальность определяется, как «специфическая структура сознания», включая установки, привычки индивида и так далее [54]. В данном случае, ментальность в городском пространстве проявляется через определенные архетипы, образы коллективного группового бессознательного. Образы пространств и ментальные карты составляют основы ментального ландшафта города. Как пишет Дж.Тробрюидж (первый обосновавший это понятие): «*Ментальная карта* рассматривается, как образ города, который сформирован в сознании личности в результате взаимодействия психологических особенностей личности с социокультурными, историческими, архитектурными компонентами города» [55]. Интересным является и то, что у каждого жителя города может быть свой «личный» образ города.

Мегаполис представляет собой определенное социокультурное пространство, внутри которого создаются и аккумулируются множество сред – информационная среда, инфраструктурная среда, ценностно-смысловая среда, вещественно-материальная среда и другие. Глобализация, цифровизация, урбанизация делают современный город наиболее медиатизированным, что проявляется в актуализации медиа, цифровых платформ, как новой бизнес-модели и способе осуществления прямого взаимодействия между различными участниками рынка, а также социальных сетей и других продуктов цифровизации общества. В этом смысле городское пространство в условиях цифровизации приобретает новые качества социокультурного пространства, в смысле непродолжительности, дискретности и интенсивности социальных связей и, создаваемого ими, культурного аспекта в городе.

По итогу, большой город представляет собой особое социально-культурное пространство, сконструированное на основе рационального обмена между разными социальными группами, фланерами, характеризуемое символическим пространством, которое формирует новые социальные практики в городе, в особенности обезличенности и отстраненности.

Мегаполис является центром мировой системы, выполняемый определенные контрольные функции и концентрирующий внутри себя производственные и трудовые ресурсы. С культурологической точки зрения, мегаполис является индикатором развития культуры, который является показательным для остальных территорий. Социокультурная инфраструктура рассматривает человека, как носителя культурных кодов для поддержания внутренней солидарности собственной системы. Городское пространство, в условиях цифровизации, приобретает новые качества социокультурного пространства, в смысле непродолжительности, дискретности и интенсивности социальных связей и, создаваемого ими, культурного аспекта в городе.

Сегодня, в условиях развития современных информационно-коммуникативных технологий, такого рода взаимодействие расширяется и выходит на глобальный уровень. В современных реалиях общество представляет собой мировую систему с безграничными масштабами коммуникации, осуществляемой через современные устройства связи. В связи с этим, роль коммуникации в современном обществе трансформируется – она масштабируется и интенсифицируется. Вместе с этим изменяется и социальное взаимодействие между людьми, обществами и даже государствами.

Будучи значимым элементом общественной жизни, культура вносит большой вклад в развитие социальной жизни общества, посредством аккумулирования потребностей, мотивов, стимулов и ценностей индивидов, социальных групп и общностей с целью формирования у них

определенного социального поведения. Другими словами, можно сказать, что взаимодействие людей строится на социальных практиках, которые с одной стороны нормализуют определенные модели поведения, а с другой стороны, основываются на ценностных, мотивационных аспектах объекта воздействия, которые закладываются в культуре. Классической в объяснении связи культуры с обществом является работа М.Вебера, в которой рассматривается влияние культуры, а именно протестантской религии, на экономическую жизнь общества. Объясняя «успешность» развития капиталистической мысли внутри общества через принятые в обществе религиозные воззрения, работа Вебера постулирует взаимовлияние культуры и социально-экономической жизни общества [56].

Культура является многоаспектным и сложным понятием, трактовка которого зависит от выбранного подхода. Исходя из системного подхода, который является, по нашему мнению, доминирующим в рассмотрении понятий, культура рассматривается как «совокупность значений, ценностей, норм, которыми владеют взаимодействующие лица, совокупность носителей, которые объективируют, социализируют и раскрывают эти значения» [57]. Другими словами, культура – это система систем, в которой формируются, актуализируются и распространяются ценности, нормы и правила, необходимые для социализации общества и сохранения внутренней солидарности. В понимании Ю.Лотмана, культура представляет собой сложную семиотическую систему, основная роль которой накопление памяти. Важно отметить, что по Лотману, культура является чем-то общим для социальных групп и общностей, воплощением взаимоотношений между людьми [58].

Наиболее ярко в науке понятие «культура» связано с работами И.Аделунга и И.Гердера, которые могут считаться «первооткрывателями» в дефиниции культурологии [59]. По И.Аделунгу культура рассматривается, как облагораживание и утончение всех духовных и физических сил человека и всего народа, в частности, [59]. В схожем смысле «культура» рассматривается Гердером – «культура» играет значимую роль в воспитательном процесс общества, в смысле его «очеловечивания». В этом смысле, вопрос об «очеловечивании», по нашему мнению, стоит рассматривать не с позиции «воспитания», а с позиции передачи ценностных установок в процессе социального взаимодействия. Важно сказать, что наиболее комплексное понимание культуры, по нашему мнению, выдвинул Э.Тайлор, включив в «культуру» такие компоненты, как верования, обычаи, право, мораль, собственность и орудия. В этом смысле, орудия и собственность понимаются им, как «вещи», сотворенные руками человека, а именно принадлежащие к человеческим изобретениям [60]. Например, Ф.Боас понимал культуру, как совокупность ментальных и физических реакций и деятельностей, которыми характеризуется поведение отдельных лиц, составляющих единую общественную группу [61]. Так, по его мнению, культурное взаимодействие осуществляется через кровное родство, процессы размножения, специализированную деятельность, а также использование силы политической организации. В общем смысле, культурное взаимодействие направлено на осуществление обмена определенных «ценных» смыслов между акторами коммуникационного процесса, реализующие социализирующие функции в процессе взаимодействия.

Иная позиция характерна для Б.Малиновского, который писал про исключительную искусственность культуры. По его мнению, культура рассматривается, как совокупность искусственных средств удовлетворения и регулирования природных человеческих потребностей [62]. В этом смысле можно согласиться отчасти с социологом в вопросе необходимости удовлетворения потребностей в процессе культурного взаимодействия. Проще говоря, межкультурная коммуникация, в особенности между государствами, может быть рассмотрена, как «переговоры» и «совершение сделки», на определенных выгодных для обеих (иногда только для одной) сторон условиях.

В похожем значении дефиниция понятия «культура» приводится в работах А.Л.Кребера и К.Клакхона, которые систематизировали определения культуры. По их мнению, культура является вне биологически (искусственным) выработанным адаптационным механизмом, передаваемым посредством социализации, придающим человеческим сообществам разнообразные формы [63].

Современное понимание «культуры» включает в себя два направления. Одно из них – американское, например, Т.Парсонс писал, что «культура» — это набор аналитических конструкторов (построений), предназначенных для анализа социальных действий. В целом, говоря про культуру в понимании Парсонса, то она является одной из четырех подсистем общей системы действия [64]. В этом смысле, культурная подсистема представляет собой структурированную, упорядоченную систему символов, которые являются ориентирами для агентов, входящие в систему личности, а также институционализированными образцами в социальной среде. Важно отметить, что культура рассматривается им, как связующее звено в процессе социальной коммуникации, объединяя систему личности с социальной системой. Так, К.Леви-Стросс понимает под культурой область феноменов, которые отличны от природных. В этом смысле, природное понимается, как базис для культуры, на основе которого строится всякое социальное взаимодействие, связанное «культурой» [65].

По нашему мнению, в изучении культурного взаимодействия стоит отметить Дж.Александера, который вводит понятие «культурсоциология» в научный дискурс [66]. По его мнению, социальная структура целиком и полностью состоит из мира мифов, символов, кодов и ритуалов, которые и определяют культурное взаимодействие. Так, основные назначения культурсоциологии как метода являются интерпретация коллективных смыслов, выявление моральных структур и тонких эмоциональных связей, посредством которых отдельные лица и группы испытывают воздействие этих смыслов. Интересным является то, что в схожем смысле с Парсонсом (культура – как подсистема общей системы действия), культура по Александеру является не вещью, а измерением, которая представляется в форме «нити», проходящей сквозь любую мыслимую социальную форму. Важно сказать, что культурсоциология является методом изучения социальной действительности с опорой на культурную составляющую. Данный дискурс является наиболее подходящим в анализе культурного взаимодействия России и Китая, так как, во-первых, является относительно современным, во-вторых, рассматривает культуру, не как абстрактную вещь, а как связующее полотно различных социальных процессов.

Стоит сказать, что культура является довольно сложным и многогранным термином, включающим в себя множество трактовок. Культура является основной частью социальной жизни, реализуя функции социализации, накопления, передачи и транслирования информации, а также взаимодействия. Культурное взаимодействие строится на понимании культуры как таковой, а также исходя из составляющих ее компонентов.

Любое поведение предполагает определенное действие (или бездействие), так социальное коммуникативное поведение рассматривается Хабермасом внутри коммуникативного действия [68]. Коммуникативное действие, по мнению социолога, составляет центральный элемент всего общества. Таким образом, по Ю.Хабермасу коммуникация – необходимость и двигатель в обществе. Помимо основной цели – сохранения солидарности внутри общества, она служит укреплению традиций, обновлению культурного потенциала, социальной интеракции и формированию солидарности, формированию личности и личностной идентификации (социализации). Основная характеристика современного общества – открытая и свободная коммуникация [69].

Иными словами, сейчас прежние границы коммуникации стираются, а ее направления и характер носят более широкий характер. Можно даже сказать о том, что суть коммуникации практически не изменяется при том, как ее проявление (более открытая и свободная коммуникация) – да. Это связано с современными тенденциями и протекающими процессами в обществе, например, с цифровизацией и глобализацией.

Виртуальное пространство, будучи социальным пространством, представляет собой определенную символическую реальность, в которой смешиваются роли объекта/субъекта коммуникации, в смысле наделения объекта коммуникации смыслами с последующей их трансформации [70]. В этом смысле, виртуальная среда предполагает «безграничную» и «бесконечную» коммуникацию.

Описывая современную коммуникацию в цифровом пространстве, А.К.Мамедов пишет о «смерти текста», как символически обозначенного краха способа передачи информации в культурной и социальной традиции. В этом смысле, информация сегодня строится на

триггерных точках, стремясь образовать сеть, а именно «сетевой контент». Тогда как в традиционном понимании текстовая информация должна была обладать связностью и целостностью. Так, основными признаками современного текста являются: эпатажность, в смысле желая манифестации себя против общественных норм, направленной на эмоции и впечатления; гипертекстовость (интертекстуальность), понимаемое, как уменьшение роли текста в коммуникации; комментарии, создающие коммуникации ради коммуникации, продолжая существующий нарратив и признающий «невозможность» автора на авторский текст. Проще говоря, сетевая коммуникация в виртуальном пространстве формируется по принципу «все говорят для всех», причем конца данной коммуникации не видно, так как она может возобновиться вновь, продолжая единое информационное пространство [71].

В этом смысле виртуализация коммуникации создает такие условия, при которых, с одной стороны, культурное и коммуникативное пространство сливается в единое – виртуальное пространство, а с другой – еще больше поляризуется, имея тенденцию к персонализации. Говоря про городскую среду, то, по нашему мнению, происходит такое же смешение.

Культурное взаимодействие, как процесс обмена информацией между разными культурами, стоит на основе ценностных убеждений каждой из сторон. И в этом смысле, понимание ценностных установок коммуницирующих сторон является необходимым для осуществления качественного культурного взаимодействия. В социологической мысли понятие ценности появилось в теории социального действия Вебера, как некая норма, связанная с мотивацией и «ориентацией на другого». Другими словами, социальное действие по М.Веберу может быть разным, в том числе и «ценностно-рациональным» [72].

Ценности, являясь социальным явлением, могут оказывать влияние на поведение человека. Так, в понимании Э.Дюркгейма ценности являются определенными идеалами, которые формируют поведение человека [73]. Т.Парсонс рассматривал систему социального действия более глобально, отводя ценностям солидарную функцию, призванную сохранить жизнь общества, а также адаптироваться к изменяющимся условиям внешнего мира [74]. По мнению С.Л.Рубинштейна, ценности являются «значимостью» для человека, признание которой формирует то или иное поведение [75]. В теории Рокича ценность определяется как более «правильная, выгодная, хорошая» форма поведения, чем противоположная [76]. Схожей позиции придерживается Э.Гидденс, говоря о том, что ценности являются представлениями отдельных людей о добре и зле, а именно о том, что «хорошо», а что «плохо». Д.А.Леонтьев пишет о триединстве понятия ценности, включающем в себя общественные идеалы, личностное воплощение ценностей и мотивационную структуру личности [77].

Говоря об общесоциальных ценностях, Гегель разделял их на утилитарные и духовные. *Утилитарные ценности* тесно связаны с особенностью положения дел на рынке: наличия спроса и предложения, потребительских предпочтений, моды и так далее. *Духовные ценности*, в свою очередь, связаны исключительно с «абсолютным и непреходящим» [78]. Похожей классификацией ценностей является классификация И.Канта, который рассматривает моральные и неморальные ценности. Моральные ценности, в понимании Канта, являются абсолютными и заведомо объективными, в то время как неморальные – относительными и прагматическими [79]. Иными словами, в процессе социальной жизни люди руководствуются моральными ценностями, как основополагающими для реализации социально одобряемого поведения.

Другой классификацией ценностей является четырехуровневая система М.Шелера. В ней ценности разделяются на гедонистические, связанные с желанием и отношением самого актора в системе «приятное-неприятное», этикетные («хорошее-плохое»), эстетические, описывающие прекрасное или безобразное, а также нравственные, характеризующие добро и зло. На вершине зиждуются «вечные» ценности, которые объективны и абсолютны [80]. В данном смысле М.Шелер расширил типологию ценностей Канта, рассмотрев отдельно «неморальные» ценности.

Более сжатую систему ценностей предложил М.Рокич, разделив их на терминальные и инструментальные. Терминальные ценности связаны с целью существования (так называемый «смысл жизни»), инструментальные ценности, в свою очередь, характеризуются достижением

поставленных целей. Например, к терминальным ценностям Рокич относятся свобода, здоровье, семья, творчество, интересная работа, развлечения и другие. В то время как к инструментальным – ответственность, исполнительность, самоконтроль, заботливость, честность и другие [81]. Иными словами, терминальные ценности занимают центральное положение в жизни человека, тогда как инструментальные – побочные, но необходимые для реализации главных смыслов.

По мнению Ш.Шварца ценности являются проявлением культуры, по которым ее необходимо анализировать [82]. Культура рассматривается социологом как то, что влияет на убеждения людей, действий и их целей посредством «прессинга» и ожидания. Иными словами, ценности рассматриваются им как средства решения проблемы для поддержания солидарности в обществе. Такое понимание схоже с инструментальными ценностями Рокича [83]. Так, основными проблемами общества являются следующие:

Во-первых, взаимоотношения личности и группы, ценности в которых варьируются от автономии до принадлежности. «Автономия», в понимании Шварца, связана с независимостью, самостоятельностью, любознательностью, творчеством, удовольствием, наслаждением жизнью. «Принадлежность» рассматривается, скорее, как социальный порядок, коллективизм, долг, уважение традиций.

Во-вторых, обеспечение социально-ответственного поведения, основными ценностями в котором являются равноправие/иерархия. Равноправие включает такие ценности, как равенство, социальная справедливость, ответственность, честность и помощь. Иерархия рассматривается как социальная власть, авторитетность, подчинение и богатство. Можно сказать, что «иерархия» характеризует общества с высокой дистанции власти, а также с наличием неравного распределения власти.

В-третьих, вопрос о социальном и природном окружении, которая включает в себя ценность гармонии (мир на земле, единство с природой) и мастерства (самоутверждение, дерзость, успех, амбиции). Интересным является то, что при наличии доминирующей культурной ценности в обществе, обязательно появление противоположной стороны. Проблему социолог видит в тех обществах, в которых превалирует что-то одно.

Говоря об общей концепции ценностей Шварц выделяет десять блоков ценностей, которые тесно связаны с мотивационной структурой человека. К таковым относятся: *самостоятельность, стимуляция, гедонизм, достижение, власть, безопасность, конформность, традиция, благожелательность, универсализм*. Помимо этого, социологом выделяются две большие группы ценностей, ориентированных на индивида и на группу.

Другим крупным исследованием ценностей культуры является исследование Э.Холла, который рассматривает культуры в зависимости от языка, разделяя их на низкоконтекстные и высококонтекстные [84]. Первый тип культуры перекладывают ответственность за успех коммуникации на того, кто передает сообщение. Коммуникация характеризуется низкой плотностью и примитивностью. Второй тип, с другой стороны, подразумевает «чтение между строк», дополнительную интерпретацию. Коммуникация в данном типе высокая. Несмотря на то, что данная типология не связана напрямую с ценностями, постулируемыми в обществе, она ярко показывает разные варианты коммуникации в зависимости от языковых традиций, которые составляют культурную основу общества и, вместе с тем, связаны с ценностями.

Изучению социально-культурного поля посвящено также исследование Г.Хофстеда, основной акцент в котором сделан на международные различия трудовых ценностей, в ней выделяются пять биполярных конструкторов (ценностных ориентаций), которые заложены в основе его анализа. К таковым относятся следующие: индивидуализм – коллективизм, большая – малая дистанция власти, высокий – низкий уровень избегания неопределенности, маскулинность – феминность, долгосрочная – краткосрочная временная ориентация [85].

Стоит отметить, что вышеупомянутые исследования культур Г.Инглхарда, Ш.Шварца, Г.Хофстеда, Э.Холла ставили в центр своего изучения ценности, подразумевая то, что ценности ориентации напрямую влияют на социальное поведение в том или ином обществе. Действительно, те или иные ценностные ориентации могут быть использованы при анализе поведенческих практик общества, однако не являются единственными.

Так, по мнению М.Бонда и К.Леунга, культурные особенности общества и поведения стоит анализировать через общие социальные верования – «социальных аксиом» [86]. Такого рода социальные верования или социальные представления понимаются как динамичные по своей природе смысловые конструкты, которые разделяются людьми в группе, позволяющие понимать друг друга. Более того социальные представления, как пишет С.Московичи, могут быть не только в головах людей, но и также в продуктах творчества и искусства [87]. Барталь отдельно выделяет социетальные верования, как разновидность социальных представлений, целью которых состоит в обеспечении групповой солидарности и сохранению идентичности. К таким верованиям можно отнести, например, патриотизм, безопасность, незаконность и другие [88]. Такое положение дел и понимание социальных представлений, по нашему мнению, тесно связано с социальными ценностями, которыми также могут быть наделены вещи, продукты культуры, материальные и нематериальные предметы окружающего мира.

Так, по мнению М.Бонда и К.Леунга, социальные аксиомы можно разделить на пять ключевых универсальных факторов. Во-первых, социальный цинизм, который рассматривается как негативный взгляд на природу, коррумпированность власти, недоверие к другим социальным группам и социальным институтам. Во-вторых, социальная сложность, понимаемая социологами, как противоречивость социального поведения, двойственность ценностей и дуальность во всем. В-третьих, награда за усилия – знания и планирования гарантируют позитивный исход. В-четвертых, религиозность, означающий веру в сверхъестественное, благотворную силу религиозной веры. В-пятых, контроль судьбы, по которому с одной стороны все предопределено, а с другой – существует возможность самостоятельно изменять судьбу [89]. По данным исследования, культура российского общества направлена, с одной стороны - на достижение успеха, преодоление бедности, а с другой стороны относится с недоверием к социальным институтам и власти [90].

Таким образом, культура является комплексным понятием, характеризующим особую систему норм, ценностей и правил поведения, которые формируются на основе, как внешней среды, так и среды, создаваемой самим обществом. Культурное взаимодействие реализует функции интеграции, адаптации, структурирования, назначения функций, регулирования поведения и социализации.

### **Список использованной литературы**

1. «Цивилизация» имеет корень слова *civil*, что в ряде случаев понимается, как гражданин, проживающий в городе (см. Palen J.J. *The urban world*. L., 2008. P.3.)
2. Tolstykh T., Gamidullaeva L., Shmeleva N., Gromov S., Ermolenko A. *Megapolis as a Symbiosis of Socio-Economic Ecosystems: The Role of Collaboration // Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity, Volume 8, Issue 3, 2022, p. 126* <https://doi.org/10.3390/joitmc8030126>.
3. *Revision of World Urbanization Prospects // United Nations, 2018 [Электронный ресурс]* Режим доступа: <https://www.un.org/development/desa/publications/2018-revision-of-world-urbanization-prospects.html>, свободный (11.11.2023)
4. Нотман О.В. Концептуализация понятия «мегаполис»: формально-количественный, правовой, функциональный и системный подходы // *Известия Саратовского университета* 2021. № 2 Т. 21. С. 143-149
5. Маркс К., Энгельс Ф. Указ. соч. С. 375.
6. Базаров Андрей Александрович, Буртонова Вера Николаевна *Город как предмет теоретико-методологического осмысления тенденций в современной урбанистике (на примере Улан-Удэ) // Вестник БГУ. 2017. №5. С. 53-54*
7. Зиммель Г. *Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002. № 3—4. С.30*
8. Вебер М. *Город // Вебер М. Избранное. Образ общества. М., 1994. С.309.*
9. Парк Р. *Город как социальная лаборатория // Социологическое обозрение. 2002. Т. 2. № 3. С.4.*
10. Парк Р. *Городское сообщество как пространственная конфигурация и моральный порядок // Социологическое обозрение. 2006. Т. 5. № 1. С.11.*

11. Вирт Л. Урбанизм как образ жизни // Вирт Л. Избранные работы по социологии. М., 2005. С. 100.
12. Бурдые, П. Социальное пространство и генезис «классов» [Текст] / П.Бурдые // Вопросы социологии. – 1992. – Т. 1. – № 1. – С. 17-26.
13. Бергер, П. Социальное конструирование реальности [Текст]: трактат по социологии знания / П.Бергер, Т.Лукман. – М.: Медиум, 1995.
14. Составлено авторами
15. Cohen R., Kennedy P. Global sociology. N.Y., 2007. P. 408.
16. Friedman J. The world city hypothesis // Development and Change. 1986. N 2. P. 69–83.
17. Сассен С. Глобальные города: постиндустриальные производственные площадки // Прогнозис. 2005. № 1 (2).
18. Вершинина И.А., Полякова Н.Л. Москва: столица – глобальный город – агломерация // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2014. №4. С. 128
19. Mumford L. The Culture of Cities // Thoemmes Press Reprint, 1997. P. 288
20. Вершинина И.А. Социология города: истоки и основные направления исследований // Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2012. №1. С. 202
21. Новосельцева А.С. Эволюция подходов к оценке роли мегаполисов в системе мирового хозяйства // Вестник ВолГУ. Серия 3: Экономика. Экология. 2010. №1. С. 168
22. Составлено авторами на основе: Новосельцева А.С. Эволюция подходов к оценке роли мегаполисов в системе мирового хозяйства // Вестник ВолГУ. Серия 3: Экономика. Экология. 2010. №1. С. 169
23. Castells M. The urban question: a Marxist approach. L., 1977. P. 77–78.
24. Порозов Р.Ю. Культурно-образовательное пространство города [Текст]: монография / Р.Ю.Порозов; Урал. гос. пед. ун-т. – Екатеринбург, 2016. С. 43
25. Castells M. The urban question: a Marxist approach. L., 1977. P. 77–78.
26. Метелева Е.Р. Зарубежные подходы к исследованию крупнейших городов в условиях глобализации // Baikal Research Journal. 2017. №1. С. 2-3.
27. Порозов Р.Ю. Анализ визуальной репрезентации городской инфраструктуры (теоретико-методологический аспект) // Знание. Понимание. Умение. 2013. №2.
28. Лотман, Ю.М. Избранные статьи [Текст]: в 3 т. / Ю.М.Лотман. – Таллинн: Александра, 1993. – Т. 1: Статьи по семантике и филологии культуры. – С. 162.
29. Порозов Р.Ю. Анализ визуальной репрезентации городской инфраструктуры (теоретико-методологический аспект) // Знание. Понимание. Умение. 2013. №2. С. 18
30. Голомидова, М.В. Образ пространства и пространственные образы в названиях старого Екатеринбурга [Текст] / М.В.Голомидова // Известия Уральского государственного университета. – 2001. – № 20. – С. 56-69.
31. Порозов Р.Ю. Анализ визуальной репрезентации городской инфраструктуры (теоретико-методологический аспект) // Знание. Понимание. Умение. 2013. №2. С. 19-20
32. Паллотта В.И., Сичкарь Т.В. Наружная реклама как элемент социокультурного пространства современного города // Мир науки. Социология, филология, культурология. – 2020. – № 1.
33. Маккуайр С. Медийный город: медиа, архитектура и городское пространство / пер. с англ. М. Коробочкина. М.: Strelka press, 2014. С. 10
34. Беньямин В. Озарения / Пер. с нем. Н.М.Берновской, Ю.А.Данилова, С.А.Ромашко. М.: Мартис, 2000.
35. Elster J. Logic and Society: Contradictions and Possible Worlds. Chichester; 1978.
36. Баньковская С. Понятие гетеротопичной среды и экспериментирование с ней как с условием устойчивого нецеленаправленного действия // Социологическое обозрение. 2011. Т. 10. № 1–2
37. Латыпов Ильяс Альбертович «Контрфинальность» в социологической теории: реконцептуализация понятия // Вестник РУДН. Серия: Социология. 2021. №4.
38. Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // Логос. 2002. № 3-4 (34). С. 23- 34.

39. Бойкова М.В., Ильина И.Н., Салазкин М.Г. Будущее городов: города как агенты глобализации и инноваций // Форсайт. 2011. №4. С. 43
40. Бабаева А.В. Человек в городском культурном пространстве // Философия XX века: школы и концепции. – СПб.: Санкт-Петерб. филос. общество, 2001. С. 12
41. Букин А.Г. Культурное пространство и пространство культур (региональный аспект): автореф. дис. ... канд. филос. наук: 09.00.13. – Чита, 2006. – С. 12.
42. Зиммель Г. Большие города и духовная жизнь // Логос. – 2002. – № 3. – С. 1–12.
43. Бурдые, П. Социальное пространство и генезис «классов» [Текст] / П.Бурдые // Вопросы социологии. – 1992. – Т. 1. – № 1. – С. 17-26.
44. Habermas J. The Theory of Communicative Action. London: Beacon Press, 1985. 465 p.
45. Абагеро Д.Д., Кожемяко А.С. Сравнительная характеристика теории общества Ю.Хабермаса и Н.Лумана // Argori. Серия: гуманитарные науки. 2018 №3 С.1
46. Geck C. The generation Z connection: teaching information literacy to the newest net generation // Teacher Librarian. 2016. № 33 (3). P. 19.
47. См: Маклюэн М. Галактика Гутенберга. Сотворение человека печатной культуры. М., 2003.; Маклюэн М. Понимание медиа: внешние расширения человека. М., 2003.
48. McQuail D. Mass communication theory: An introduction. London: Sage, 2015. P. 55.
49. Косяков В.А., Универсальюк Е.А. Реферативный обзор книги Д.МакКуэйла "теория массовой коммуникации" (1 часть) // Вопросы теории и практики журналистики. 2019. №3.
50. Паяль А. Переосмысление досуговых цифровых сетей с помощью глобальных городов: метафорический взгляд // Философско-литературный журнал «Логос». 2019. №1 (128).
51. Маркеева А.В., Гавриленко О. В. Социальный контроль в цифровом мире // Революция и эволюция: модели развития в науке, культуре, обществе. 2019. №1.
52. Каганский В.Л. Основные зоны и типы культурного ландшафта [Текст] // Каганский В.Л. Культурный ландшафт и советское обитаемое пространство. – М.: НЛЮ, 2001. – С. 62-80.
53. Деррида, Ж. Письмо и различие [Текст] / Ж.Деррида; пер. с фр. Д.Ю.Кралечкина. – СПб.: Акад. проект, 2000. – С. 371.
54. Гуревич, А.Я. Изучение ментальностей: социальная история и психология исторического синтеза [Текст] / А.Я.Гуревич // Советская этнография. – 1988. – № 6. – С. 16-25.
55. Trowbridge, G. On fundamental methods of orientation and 'Imaginary maps' [Текст] / G.Trowbridge // Science. – Vol. 88. – 1913. – P. 45-56.
56. Вебер М. Протестантская этика и дух капитализма // Прогресс. 1990. С. 44–347
57. Лебедева Н.М. Культура как фактор общественного прогресса // Юстицинформ. 2009. С. 4
58. Лотман Ю.М. Беседы о русской культуре. СПб.: Искусство-СПб, 1994. 412 с.
59. Adelung J.Chr. Uber den Ursprung der Sprache und den Bau der Worter, besonders der Deutschen. Leipzig. 1781.
60. Тайлор Э.Б. Доисторический быт человечества и начало цивилизации. – Москва: Д.И.Преснов, 1868. – 508 с
61. Боас Ф. Границы сравнительного метода в антропологии // Антология исследований культуры. Интерпретация культуры. – СПб., 1997. – Т. 1.
62. Malinowski B. A scientific theory of culture and other essays. – N.Carolina, 1944.
63. Кребер А.Л., Клакхон К. Культура: Критический обзор понятий и определений // Культурология: Дайджест. РАН. ИНИОН. 2000. № 1.
64. Парсонс Т. Система современных обществ // Пер. с англ. Л.А.Седова, А.Д.Ковалева; Научн. ред. перевода М.С.Ковалева. – М.: Аспект-Пресс, 1997.
65. Леви-Стросс К. Структурная антропология. М., 1985. С. 9.
66. Александер Дж. Новое теоретическое направление в социологии: Одна из интерпретаций // Социология на пороге XXI века: Новые направления исследований / Под ред. С.И. Григорьева, Ж. Коэнен-Хуттера. – М.: ИНТЕЛЛЕКТ, 1998. – С. 155–163.
67. Шарков Ф.И., Комарова Л.В. Коммуникация: деловое общение, коммуникативные техники и технологии // Коммуникология. 2014. Том 6. №4. С.16.
68. Habermas J. The Theory of Communicative Action. London: Beacon Press, 1985. 465 p.

69. Абагеро Д.Д., Кожемяко А.С. Сравнительная характеристика теории общества Ю.Хабермаса и Н.Лумана // *Apriori*. Серия: гуманитарные науки. 2018 №3 С.1
70. Яковлева Е.В. Виртуальная реальность: польза и риски // *Гуманитарные и социальные науки*. 2022. №3. С. 33
71. Мамедов А.К. Деконструкция культурного пространства: смерть текста. *Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология*. 2021;27(3):152-166. <https://doi.org/10.24290/1029-3736-2021-27-3-152-166>
72. Вебер М. Избранные произведения. М., 1990. С. 628—630.
73. Дюркгейм Э. Социология. Ее предмет, метод, предназначение. М., 1995.
74. Парсонс Т. Общий обзор// *Американская социология. Перспективы. Проблемы. Методы*. М., 1972.
75. Рубинштейн С.Л. Проблемы общей психологии. М.: Педагогика. 1973. С. 365.
76. Rokeach M. *The Nature of Human Values*. — N-Y.-L., 1973.
77. Леонтьев Д.А. Ценностные представления в индивидуальном и групповом сознании: виды, детерминанты и изменения во времени//*Психологическое обозрение*. 1998. №1. С. 13-25
78. Гегель Г.В.Ф. *Философия права*. М., 1990. С. 404.
79. Ситкевич Н.В. Кантовская трактовка сущностного содержания и природы ценностей // *Манускрипт*. 2017. №12. С. 164
80. Scheler M. *Der Formalismus in der Ethik und die materiale Wertethik*. Leipzig: Elibron Classics, 2007. 620 S.
81. Rokeach M. *The Nature of Human Values*. — N-Y.-L., 1973.
82. Шварц Ш. Культурные ценностные ориентации: природа и следствия национальных различий // *Психология. Журнал Высшей школы экономики*. 2008. Т. 5. № 2. С. 37—67
83. Rokeach M. *The Nature of Human Values*. — N-Y.-L., 1973.
84. Hall E. *Beyond culture*. New York: Anchor press, 1976. 611 p.
85. Лебедева Н. М. *Культура как фактор общественного прогресса* / Н.М. Лебедева, А.Н. Татарко. М.: ЗАО «Юстицинформ». 2009. С. 96
86. Bond M.H., Leung K., Au A., Tong K.K., Reimel de Carrasquel S., Murakami F., et al. Culture-level dimensions of social axioms and their societal correlates across 41 cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 2004. P.548—570.
87. Московичи С. *Машина, творящая богов* // *Центр психологии и психотерапии*. 1998. 560 с.
88. Bar-Tal D. *Shared beliefs in a society*. Thousand Oaks, CA: Sage. 2000.
89. Bond M.H., Leung K., Au A., Tong K.K., Reimel de Carrasquel S., Murakami F., et al. Culture-level dimensions of social axioms and their societal correlates across 41 cultures. *Journal of Cross-Cultural Psychology*. 2004. P.548—570.
90. Лебедева Н. М. *Культура как фактор общественного прогресса* / Н.М. Лебедева, А.Н. Татарко. М.: ЗАО «Юстицинформ». 2009. С. 108

**Rəyçi: f.f.d., dos. Nəbib Hüseynov**