

УДК 572.026

**ЛЮДИНА-ПУБЛІЧНА ЯК МОНАДА
ФОРМУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНО-
МАСОВОГО СУСПІЛЬСТВА**

A PUBLIC-PERSON AS A MONAD
THAT FORMS MASS-INFORMATION SOCIETY

Васильєва Л. А.,

кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри права, Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського «ХАІ» (Харків, Україна), e-mail: l.vasylieva702@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1183-6471

Vasilieva L. A.,

Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor, Associate Professor, Department of Law, National Aerospace University M. E. Zhukovsky «KhAI» (Kharkiv, Ukraine), e-mail: l.vasylieva702@gmail.com, ORCID: 0000-0003-1183-6471

Мета статті – соціально-антропологічне осмислення природи феномену людини-публічної через універсальні характеристики публічно-масового середовища сучасного інформаційного суспільства. **Методологія дослідження** базується на узагальненні теоретичних досліджень соціально-антропологічної філософії стосовно сфери публічних комунікацій. **Наукова новизна** полягає у виділенні окремого напрямку дослідження феномену людини-публічної через взаємозв'язок з іншими філософськими поняттями (публічності, масовості, публічного дискурсу) її в рамках соціально-антропологічних концепцій. **Висновок:** людина-публічна як комунікативний феномен в сучасному публічному інформаційному просторі формує окремі форми своєрідного масового культу особистості – надмірне самовихвалення, самохизування, саморекламу. При цьому людина-публічна притречена на безмірні молуси прояву власної індивідуальності в існуючих умовах «множинності». Масове суспільство все ж не прагне колонізувати приватне, тепер саме приватне в людській самості настригти претендую на суспільний масовий простір, який все більше звільняється від соціальних функцій, перекладаючи їх на діяльність самого індивіда. Таку поведінку варто розійнівати, як прагнення особистісного самопошуку, самовиразу або як бажання задоволення власного «Его», представлення себе як товару на «ринку особистостей».

Ключові слова: публічність, масовість, людина-публічна, самість, комунікація, інформаційне суспільство, приватне, множинність.

The purpose of the article is a social and anthropological conceptualization of the nature of the phenomenon of public-person through the universal characteristics of the mass media of the modern information society. The methodology of the research is based on the generalization of theoretical studies of social anthropological philosophy in the field of public communications. Scientific novelty is in the allocation of a separate direction for the study of the phenomenon of public-person through the correlation with other philosophical concepts (publicity, mass society, public discourse) in a framework of social and anthropological concepts. Conclusion: a public-person as a communicative phenomenon of the modern information space creates separate forms of peculiar mass cult of personality – excessive self-expression, self-immolation, self-promotion. At the same time, the public-person is doomed to the immeasurable manifestation of its own individuality in the current conditions of «plurality». The mass society no longer aspires to colonize the private, but instead, it is private – in the human-self – applies to the public mass space, which is increasingly liberated from social functions by shifting them to the individual activity. Such behavior should be viewed as the will to search a personal identity, as self-expression or as a will to satisfy his or her own «ego», representation of «myself» as a product on the «market of personalities».

Keywords: publicity, mass society, public-person, self, communication, informational society, private, plurality.

Сьогоденне суспільство вже неможливо уявити без інтенсивних комунікативних обмінів, тенденцій інформаційного перенасичення й збільшенні значення публічно-масового потенціалу, що в повній мірі впливає на розуміння й осмислення

природи феномену сучасної людини-публічної. При цьому істотним є той факт, що масовість, як визначальна характеристика формування середовища відкритої людської самості, в сучасному суспільстві виступає необхідною і достатньою ознакою публічності, де вона через діяльність і продукти цієї діяльності розкривається у вигляді молей, що апелює до задоволення безмежних людських потреб.

Метою статті є соціально-антропологічне осмислення природи феномену людини-публічної через універсальні характеристики публічно-масового середовища сучасного суспільства.

Серед дослідників цієї проблематики, які на пряму чи опосередковано зверталися до тих чи інших питань публічності, слід виділити Х. Арендт, Ф. Ар'еса, К.-О. Апеля, М. Бубера, С. Бенхабіб, Дж. Вайнтрауба, Ю. Габермаса, Е. Гуссерля, П. Вірно, Д. Вольтона, Дж. Ван Дейка, Р. Дойча, У. Ліпмана, Г. Лебона, Х. Ортега-і-Гассет, В. Парето, Р. Сеннета, Я. Щепанського, К. Ясперса. Серед українських дослідників слід відмітити С. Бодрунову, М. Грищенко, О. Жулькевську, О. Злобіну, Л. Малеса, А. Петренко-Лисака, В. Середу, І. Тищенко, Л. Радіонову та ін. Серед дослідників феномену масовості та питань масової культури слід виділити Я. Засурского, О. Захарова, Ш. Бадлера, А. Костіну, А. Кукаркіна, В. Шестакова, а серед класиків європейської філософської думки – Х. Ортега-і-Гассета, Г. Маркузе, П. Сорокіна, О. Шпенглера, З. Фрейда.

В перекладі з латини слово «public» означає «суспільний, державний, народ, публіка, громадськість». Українська дослідниця С. Бордуnova констатує, що «публічне як спільне, життя поза домом, сяянє та видиме, для інших з їх спільними інтересами» [3, с. 112]. У цьому розумінні семантика поняття «публічне» розкривається у двох аспектах: по-перше, видиме – те, що відкрите чи явне, по-друге, видиме те, що доступне для інших. Воно протиставляється тому, що приховане чи усунуте з очей і що створює «приватне».

Підкреслимо, що концепт публічної сфери прийшов в англосаксонську науку з німецької, є версія, що вперше це сталося 1964 року, коли термін «public sphere» з'явився у випуску словника з масової комунікації «Fischer Lexikon». Одними із авторів цієї першої праці з публічності були Е. Ноель-Нойман та В. Шульц. В англомовній і російській літературі є думка, що термін «публічна сфера» 1962 року в науковий обіг увів Ю. Габермас, автор відомої книги «Strukturwandel der Öffentlichkeit» («Структурна трансформація публічної сфери»). Але є й інша версія: термін «public sphere» з'явився в перекладах ранніх статей Ю. Габермаса. Пізніше філософ заявляв, що німецьке слово XVIII століття Öffentlichkeit – аналог терміна *publicité* в старофранцузькій і походить від середньовічного німецького «offen» – «відкритий» [3].

Щоб цілісно зрозуміти саме поняття публічності, необхідно розрізнати такі опорні поняття, як «публічна сфера»/«публічний

простір», «публічний дискурс», і наблизиться до усвідомлення дефініції поняття «людина публічна».

Першими, хто осмисливав публічність публічну сферу як феномен і сформулював це поняття, були видатна німецько-американська дослідниця ХХ століття Г. Арендт і німецький філософ Ю. Габермас.

Ю. Габермас у своїх ранніх роботах розмежовував поняття публічності і публічної сфери. Учений вважав, що публічна сфера – це те доступне для громадян «місце», де формується громадська думка, що є думкою, з одного боку, окремих громадян, особистостей, які зібралися на публіці обговорити завдання, цілі суспільного «звучання», важливості, з другого – тих, хто прагнув захиstitи певною мірою свої першочергові економічні (пізніше політичні) інтереси [19].

На думку Г. Арендт, «публічне» означає саме публічне середовище, у якому й відбувається відкрита взаємодія людей. Для дослідниці публічність, по-перше, це все, що постає перед загальністю, що для будь-кого видиме й привселюдне, супроводжується максимальною відкритістю. Усе, що взагалі є й що можуть сприйняти інші, що є частиною внутрішнього людського світу, яка належить до зовнішньої дійсності. По-друге, публічне, за Г. Арендт, означає загальний світ, що створений людськими руками, є збірним поняття для всього, що відбувається між людьми, що відчути для всіх і виступає на передній план у створеному людиною світі. Публічний простір у цьому разі дуже подібний до загального середовища, що збирає й об'єднує людей і водночас перешкоджає їм порозумітися. Дослідниця стверджувала, що, «говорячи й діючи, люди активно відрізняють себе один від одного... вони – модуси, у яких розкриває себе сама людяність» [1, с. 229], і така людську унікальність Г. Арендт, пов’язує з вчинком, відповідальністю і починанням нового.

У своїх дослідженнях Г. Арендт наголошувала, що простори приватного і публічного існували завжди, будучи обов’язковими для людської діяльності й дій, оскільки «дію неможна уявити поза людським суспільством... дія, вчинок – виключно привілей людини; ні звір, ні тварина не можуть діяти; і лише дія не може як діяльність зрушити з місця без постійної присутності її сучасників» [1, с. 32]. За Г. Арендт, явище публічності проявилося ще в греків і детермінувалось як можливість виявити себе уособлено й унікально, її притаманний статус нерозрізненого індивідуального існування: «Поліс, як публічний простір, був місцем найсильніших і найзапекліших суперечок, у яких кожен мав переконливо відрізнятися від інших, міг бути видатним діянням, словом і досягненням, довівші, що саме він найкращий. Іншими словами, відкритий, публічний простір був відведеній саме для безпосередньої індивідуальності» [1, с. 55].

Ще один дослідник публічності, який ще за життя став класиком осмислення цього феномена, – німецький філософ Юрген Габермас. У

фундаментальній роботі «Структурна трансформація публічної сфери», яка була опублікована ще 1962 року, він поклав початок новій концепції сутності публічності. Дослідник вважає, що про формування історичної локалізації публічної сфери можна говорити, починаючи з кінця XVIII століття аж до його радикальної структурної трансформації середини ХХ століття. Така нова буржуазна публічність, що вибудувалась на ліберальних економічних відносинах і вільному обігу праці й капіталу, виникає як відповідь на вимоги індивідів, які мають приватну власність, а отже, і спільні інтереси, надати право вносити критичні судження щодо устрою держави. Представники громадянського суспільства саме за допомогою публічної сфери мали можливість заявляти про свої інтереси перед державою та суспільством, формувати відкриту публічну думку шляхом дебатів. Такі обговорення завдяки використанню раціональних аргументів мали проходити від загальних правил комунікації, обов’язково включати факт досягнення згоди – консенсусу і використання теорії правильного рішення.

За Ю. Габермасом, публічна сфера – це та «сфера соціального життя, у якій формується громадська думка». Вона вимагає від усіх охочих неупередженого й незацікленого в агресії публічного діалогу. Учений підкреслює, що саме в публічній сфері формується компромісна громадська думка, де учасники публічних дискусій мають зрозуміло розкривати свої позиції, а широка публіка, ознайомившись із ними, буде в курсі того, що відбувається. Крім того, появі публічної сфери, а точніше, як філософ її називає, буржуазної публічної сфери, пов’язана з деякими особливостями капіталізму, який мав значний розвиток у цей період. Однією із таких особливостей є те, що клас підприємців стає доволі впливовим, незалежним від держави й церкви, при цьому масштабно розвивається діяльність масових публічних місць: театрів, кав’ярен, літературних критик, які формують критичне середовище стосовно традиційної влади. Як зазначає Ю. Габермас, «мистецтво світської бесіди перетворюється на критику, гострослів’я – на аргументи» [16, с. 32]. До того ж, іншим проявом вільної підтримки свободи слова й реформ стають ринкові відносини, які є передумовами формування незалежності преси.

В історичному аналізі Ю. Габермас вказує на парадоксальні особливості публічної сфери. По-перше, упродовж певного часу спостерігаємо взаємопроникнення відносин приватної власності і публічної сфери, але в останні десятиліття XIX століття рівновага між ними порушується на користь приватної власності. По-друге, перебудовується система масових комунікацій у суспільстві, якій належить одна з найголовніших ролей у публічній сфері. По-третє, ЗМІ поступово перетворюються на монополістські організації і щонайменше починають виконувати свою найважливішу функцію – доводити до громадськості достовірну інформацію. Відповідно

до того як ЗМІ переважно виражают інтереси окремого класу (еліти), вони не стільки поширяють інформацію, скільки формують громадську думку. По-четверте, посилюються комерціалізація й експансія корпоративного капіталу, де преса стає лише засобом реклами і бере на себе функцію пропаганди, послаблюється роль літератури. Поп'яте, публічна сфера стає підробкою, імітаційною комунікацією, «маскарадом», до якого учасники вдаються, щоб приховати свої справжні інтереси. Ю. Габермас, простежуючи відмінність публічного сектора від приватного, говорить про окремі труднощі в такому поділі.

Більш детально думки Ю. Габермаса і Г. Арендт щодо осмислення феномена публічності та його співвідношення з приватним розглянемо в наступних параграфах нашого дослідження.

На сучасному етапі можна констатувати розмивання публічної сфери. Один із визначних французьких дослідників комунікації Д. Буню [18] називає ознаки видозмінення сучасної публічної сфери. По-перше, це повсюдне впровадження мас-медіа як елемента публічної сфери в приватну сферу індивіда. По-друге, зростання економічного ринку й реклами, коли публічна сфера опиняється під тиском економіки. Д. Буню також вказує на модернізацію засобів масової комунікації, що сприяє своєрідному «завмиранню» комунікації як двосторонньої взаємодії людей.

Французький дослідник Д. Вольтон пише: «Публічний простір – спочатку простір фізичний, простір вулиць і майданів, торгівлі й обміну» [21, с. 243]. Сучасна людина використовує публічний простір, щоб об'єднати явища, дії, почуття, поєднання яких і демонстрація на широкий загал ще декілька десятиліть тому були неможливі. На думку французького соціолога Л. Тевено [4], відкрите існування індивіда у «стані публічності» стає відправною точкою для пошуку психоемоційної гармонії, права вибудувати приватний проект прекрасного життя й публічного часу. Особливість сучасного публічного часу помітна в зіставленні з попередньою модерною епохою домінування стандартного громадського часу й полягає в демократизації доступу до групового й індивідуального моделювання часу. Публічний час нагадує мозайку, складену із локальних ситуацій взаємодії. Взаємодія стає центральним елементом, який синхронізує часові перспективи, упорядковує наше життя відповідно до активів комунікації, спільно пережитих подій.

Судження Д. Вольтона стосовно визначення поняття «публічна сфера» дуже близькі до розуміння цього концепту Ю. Габермасом: саме в цьому просторі формується система суспільних цінностей, громадська думка. Якщо Ю. Габермас пропонує демаркувати приватну і публічну сфери, то Д. Вольтон пише про чіткий поділ сфер: загальної (*espace commun*), публічної і політичної. Загальна сфера, на думку Д. Вольтона, – це первинне соціальне (суспільне) середовище, що характеризується насамперед різномірними

комерційними обмінами. Це одночасно і фізичний простір, який окреслено фізичною територією, і символічний, що пов'язаний зі своєрідною цеховою солідарністю комерсантів. Публічна сфера першочергово є простором фізичним (це вулиця, майдан, загальнодоступне місце), від якого її відокремлюють в епоху Просвітництва. Підсумовуючи своє уявлення про складові публічної сфери, Д. Вольтон дає їм таку критичну характеристику: загальна сфера передбачає певний рух, комерційний обмін, публічна – дискусію, обговорення; політична – ухвалення певного рішення [21].

До поняття публічного дискурсу також звертаються сучасні лінгвісти. Розглянемо класифікацію Г. М. Манаєнка, який зробив спробу узагальнити різні підходи до поняття дискурсу й подав його в чотирьох комплексних аспектах: 1) середовище (тип соціальної події, її мета, соціально-ідеологічні умови, обстановка); 2) соціальний суб'єкт (соціальний статус, рольові відносини, соціальна активність учасників, їхні стосунки); 3) зміст (інтенції й цілі, світоглядні позиції, загальний фонд знань, знання правил і норм комунікації); 4) текст (тема мовного спілкування, віднесеність до певного мовного жанру, композиційна побудова висловлень, специфіка відбирання мовних засобів для мовної взаємодії) [10, с. 38].

Також заслуговує на увагу концепція типологізації дискурсів В. І. Карасика, який розрізняє види дискурсів за ступенем їхньої реалізації та іншими ознаками. Учений, пропонуючи класифікацію, доходить розуміння ролі, місця та функцій публічних дискурсів: 1) соціолінгвістичний (хто говорить); 2) прагматолінгвістичний (як говорять); 3) тематичний (про що йдеться) [Карасик]. З позиції соціолінгвістики можна виокремити такі види дискурсу: політичний; монарший; діловий; релігійний; науковий; педагогічний, він же дидактичний, або навчальний; дипломатичний; медичний; комп'ютерний, він же електронний, або віртуальний [13, с. 199–200]. Прагматолінгвістичний підхід до дослідження дискурсу розрізняє такі його види: комічний, або гумористичний; ритуальний; езотеричний; аргументований, оповідний, спонукальних дискурсів як жанрових утворень. На основі тематичного критерію, у свою чергу, розмежовують економічний, моральний, екологічний, казковий, прогностичний, автобіографічний, терористичний, расистський, ксенофобічний дискурси [7, с. 349–352]. Усі зазначені види дискурсу можуть виявлятися як у публічній, так і в приватній сферах комунікації. Адже і публічний, і приватний дискурси, на думку Р. В. Паньюкової, виступають своєрідною надбудовою над іншими видами дискурсу. Незважаючи на те що кожен із таких видів дискурсу, згідно з концепцією В. І. Карасика, володіє власними відмінними характеристиками (відмінність в умовах дослідження, своєрідність сфери вживання, термінологія тощо), іх об'єднує публічність і приватність сфери вживання.

Незважаючи на можливість осмислення публічності в рамках окремого дискурсу, на нашу думку, важливою її характеристикою є те, що сучасна публічність формується насамперед за рахунок космополітичності як нелінійної динамічної тенденції особистісного розвитку людини—публічної.

«Космополітичний» (від давньогр. κοσμοπολίτης – космополіт, людина світу), оскільки саме воно є провісником сучасної публічності та її окремих нових форм. Як відомо, космополітичність – ідеологія, яка надає пріоритетного значення загальнолюдським цінностям, співіснуванню та взаємодії багатьох ідентичностей, почуттю приналежності до світового громадянства поза націями. За доби Просвітництва космополітична ідея набула розвитку завдяки І. Канту, який прагнув вийти за межі норм, тогочасних упереджених поглядів і діяти як космополіт, для якого характерна відкритість. Право вступати у світ невимушеного діалогу він пояснив і розвинув у концепції «космополітичного права» [20]. Сучасну загальну концепцію космополітизму відбито в працях зарубіжних учених У. Бека, Х. Бхабха, Д. Гелда та ін. Сучасні науковці трактують феномен космополітизму як нову парадигму буття; як сукупність політичних ідей, філософії та ідеологій; як співіснування та взаємодію багатьох ідентичностей [5].

Ще однієї нової спорадичної форми набуває публічність наприкінці XVIII століття, коли соціальні потреби, за Р. Сеннетом, були репрезентовані вже саме космополітичною публічною поведінкою. Вони протиставляються законам родини й природи: «Засновуючи нові форми перебування в суспільстві, космополіт виявляється цілковито публічною людиною» [14, с. 6], коли складається особлива рівновага між публічною і приватною сферами, що базуються на революціях, підйомі національного індустриального капіталізму. В роботі «Падіння публічної людини» Р. Сеннет намагається детально розглянути поняття «публіка» й встановлює, що час перетрансформування розуміння феномену публічності припадає на кінець XVIII – на початок ХХ століття. Безумовно, таким швидким змінам сприяла низка соціальних, економічних, політичних передумов. Буржуазна публічна сфера – «старий режим» – виникає як відповідь на вимоги з боку різних заможних індивідуумів формувати й контролювати владу. Так, після Великої французької революції буржуазія вже не прагнула приховати своє соціальне походження – одночасно зі зростанням міст і розвитком сфер спілкування, незалежних від прямого королівського контролю, формувалися осередки, де незнайомі люди могли регулярно зустрічатися й обговорювати актуальні проблеми. Це епоха створення величезних міських парків, час перших спроб будувати вулиці, призначенні для пішохідних прогулянок як форми відпочинку, коли кав'ярні, постояні двори стали соціальними центрами, а театри й опера – доступними для широкого загалу

[14]. Термін «старий режим» (*ancien régime*), який використовує Р. Сеннет, часто називають синонімом феодалізму, його пов’язують із періодом від кінця XVIII до початку XIX століття. Для А. де Токвіля, наприклад, основоположника цього поняття, старий режим – це XVIII століття, період, коли в різних країнах на тлі ще міцної системи феодальних привілеїв набирає сили торговельна й адміністративна бюрократія.

Нині форми публічності змінюються, що створює зовсім інший характер її усвідомлення. Можна навіть сказати, що відбувається масивний перехід від тих уособлених спорадичних форм до цілком нового її втілення в соціально–культурну реальність. Адже сучасна людина, поринаючи в «дуальну знаковість сучасного соціально–комунікативного простору» [9], у якому відбуваються миттєві події, явища, війни [8], знищує свою цілісність, можливість відкритого спілкування, свідомо відмовляючись від зростання й «дорослішання» (П. Вірілю). Вона живе у вічному сьогоденні (М. Кастельє, П. Вірілю, П. Бурдье), вибудовуючи мозаїчну культуру, унаслідок чого й відбуваються фундаментальні втрати ідентичності, активізуються явища ментального потрясіння (Ж. Бодрійяр, Т. Райх, Г. Шиллер).

Негативний характер носять міркування й відомого філософа Г. Маркузе в роботі «Одномірна людина» [11]. В ході всього дослідження автором чітко висуваються основні тези, які відображають негативний настрій щодо омасовлення суспільства, похмурі, безнадійні прогнози подальшого розвитку самої людської цивілізації. Г. Маркузе щиро переконаний, що «розвинене індустриальне суспільство впритул підійшло до можливості матеріалізації ідеалів» й одержало можливість одержати неймовірні прибутки за рахунок публічної масової культури, оскільки суспільством повністю виключається висока культура з «сублімованого царства душі, духу й внутрішнього світу людини», перетворюючись на частину матеріальної культури, яка не має глибинної істини й цілісного стрижня. Автор підкреслює, що «засоби масової комунікації гармонійно, часто непомітно змішують мистецтво, політику, релігію й філософію з комерційною рекламиою, це означає, що ці сфери культури приводяться до загального знаменника – товарної форми. Музика душі стає хоровою музикою. Домінует не ширість, а мінлива вартість» [11, с. 74]. Автор підживотить до думки, що сучасне суспільство рухається в «кінший вимір», де панують лише матеріальні ідеали «речі», що виконують встановлене комерційне завдання – «продати, втішити і збудити».

Все це сталося в результаті бурхливого технічного розвитку й досягає все більшої інтенсивності, розкриваючись в таких ознаках: звуженість горизонтів та дієвих спогадів людей маси, постійна наявність примусової беззмістової праці й чисельних розваг, що постійно заповнюють дозвілля, оманливої видимості й напруженості. Такий «шлях веде через відчай в образі байдорості та завзяття до забуття і байдужості, до стану

спільногом існування людей як піщиною, які можуть бути будь-яким чином використані...» [17, с. 140]. При цьому окрема людина уособлює собою одночасно і нород, і масу. Однак «вона зовсім по-різному відчуває себе в тому іншому стані. Ситуація змушує її бути масою, людина ж докладає всіх зусиль, щоб зберегти зв'язок з народом» [17].

Особливо тривожною на думку К. Ясперса є саме різниця між «народом» і «масою», що утворюється в наслідок руйнування та змін у «традиційному суспільстві». Описуючи процес руйнування «традиційного суспільства», як втрату людиною «субстанційних життєвих сенсів», Ясперс розглядає його крізь призму проблем комунікації. Адже саме в міжлюдському та публічному спілкуванні, на думку вченого, найвиразніше виявляється різниця між індивідом як особою, персоною та індивідом як однією з маси: «дехто припускає, що маси кудись ведуть і що істина полягає в тому, щоб знати це і відповідно діяти. Однак маси самі по собі не мають властивості особистості; вони нічого не знають і нічого не хочуть, вони позбавлені змісту і служать знаряддям тому, хто лестить їхнім спільним психологічним враженням і пристрастям» [17, с. 144]. «Субстанційна спільнота» характеризується переважно патріархальними, особистими стосунками, людина не відчуває себе самотньою бо серед інших людей, належить своєму народові та історичному цілому. У «технічному ж світі», додає Ясперс, почуває себе самотньою, покинутою, адже її відірвано від коріння, вона перетворюється на людину «маси», а тому прагне віднайти виправдання своєї поведінки.

Можливо саме тому, сучасні молоді люди, як не тільки, намагаються досить інтенсивно демонструвати свої фото в доступних соціальних мережах. Саме через таку нав'язливу демонстрацію, людина шукає той первісний зв'язок зі своєю сутністю, народом, людською традицією, намагаючись якнайскоріше пізнати себе. Багаточисельні «лайки» й коментарі наділяють людину впевненістю в її краси, сміливості, соціальній активності, доброті, інтелектуальності чи інших чеснотах, в яких вона сама не зовсім впевнена, але дуже прагне мати цю впевненість. Таке швидке пізнання себе робить людину досить поверхневою, цинічною у розумінні особистих рефлексивних переживань, почуттів й занадто швидко перетворює її на «людину маси».

Доповнюючи сказане, слід сказати, що Ясперсом виводиться поняття «наявного буття». Він вживає це поняття в декількох значеннях: у широкому розумінні «буття–річчю – світу» (*Weltsein*) є для Ясперса одночасно і «наявне буття» (*Dasein*); у більш вузькому сенсі – це той рівень існування людини, що є протилежністю екзистенції. Іншими словами, комунікація «наявності буття» складається, функціонує саме в межах «простого, неприкрашеного» буття. В такому світі «наявного буття» людина існує як атом, а її стосунки з іншими людьми є ставленням байдужих одне до одного. Розуміння між ними можливе, на думку Ясперса,

лише завдяки спільному розумінню якоїсь речі чи спільної справи. Тобто лише в сфері публічного середовища, при цьому домінування сuto ділової публічної спрямованості відносин, призводить до того, що в цих межах і сама людина розглядається як річ. Людська спільність на цьому рівні – «нетовариська спільнота», тобто така, де один не може обйтися без інших, відчуваючи при цьому до них відразу. Останні характерні ознаки виникають через унеможливлювання особистих стосунків між людьми, бо весь час точиться боротьба за те, хто стане просто засобом у цій комунікації.

І тут відкривається серйозна проблема: коли людина приречена на безмірну проявленість власної індивідуальності в існуючих умовах множинності, яка одержала перемогу на народом чи громадськістю. Суспільне вже не прагне колонізувати приватне. Тепер все зовсім навпаки: тепер саме приватне настирливо переміщується у суспільний простір. Публічний простір все більше звільняється від соціальних функцій, які все частіше перекладаються на плечі індивіда.

На думку Ясперса, як тільки народ перестає жити повним життям, черпаючи сили в своїй спільноті, виникає множина, що становить публіку – неосяжна, подібна масі, втілююча в собі громадську думку щодо духовних цінностей в їх вільній конкуренції» [17, с. 144]. Тут «буття людини зводиться до загального; до життєздатності як виробничої одиниці, до тривалості насолоди ... Публічне стає матеріалом для розваг, приватне – чергування збудження і утоми, спрагою нового, невичерпним потоком, що швидко передається забуттю; тут немає тривалості, це – тільки час розваг. Діловитість сприяє також безмежному інтересу до загальної всім сфері інстинктивного: це виражається в інтересі до ... жахливого, що створюється технікою, прагнення до величезного... у витонченій і глибокій еротиці, в іграх, пригодах і навіть в здатності ризикувати життям» [17, с. 309]. Вихід з такої ситуації Ясперс вбачає в відкритості комунікації, яка формує людську взаємність, «люблючу боротьбу» її протиставляється стосункам анонімним, відверто-утилітарним. Адже саме в ній людина-публічна приходить до самої себе скоріш, а інша людина виступає при цьому для неї в своїй повній унікальності: «Бути – означає діалогічно спілкуватися. Коли закінчується діалог, усе закінчується. Тому діалог, власне кажучи, не може і не повинен скінчуватися» [2, с. 434].

Відомий дослідник Д. Ольшанський звертає увагу на те, що масова свідомість є одним з видів суспільної свідомості, є особливим видом суспільної свідомості, властивим великим неструктурзованим системам людей («масам»). «Масова свідомість визначається як збіг (поєднання або перетин) основних, найбільш значущих компонентів свідомості великої кількості «класичних» груп (великих і малих), проте не зводиться до них». Це по суті нова якість, що виникає з збігу окремих фрагментів психології, деструктурізованих з якихось причин «класичних» груп. В силу недостатньої

специфічності джерел своєї появи і невизначеності самого свого носія, масову свідомість в основному носить звичайний характер» [12].

Оцінюючи усе вище сказане, підкреслимо, що експлікація понять публічності й людини—публічної найчастіше ведеться через взаємозв'язок з іншими філософськими поняттями, в результаті чого вони стають складовими концептуального апарату філософії. Наявна векторно-протилежна множина філософських значень, сутностей, концептуально-теоретичних осмислень публічності, публічної сфери/простору, публічного дискурсу, публіки через інші поняття маси, натовпу, громадської думки ускладнює філософське осмислення категорій людини—публічної. Поверхово, частково розкрито антропологічна, онтологічна та гносеологічна природа публічності. окремі наукові роботи мають частковий, фрагментарний характер, орієнтуються повсякчас на окремі функції прояву означеного феномена та його характеристики. Саме тому соціально-філософські моделі осмислення буття феномену людини—публічної мають розкриватися через особливості публічних комунікацій в антропологічному й соціокультурному контекстах, окреслювати аксиологічну архітоніку даного феномену.

Феномен людини—публічної в сучасному публічному інформаційному просторі формує окремі форми своєрідного культу особистості – надмірне самовихваляння, самохизування, саморекламу. При цьому виникає серйозна проблема: коли людина приречена на безмірну проявленість власної індивідуальності в існуючих умовах множинності. Масове суспільне вже не прагне колонізувати приватне. Тепер все зовсім навпаки: тепер саме приватне настирливо претендує на суспільний масовий простір. При цьому публічний простір все більше звільниться від соціальних функцій, які все частіше перекладаються на плечі самого індивіда. Таку поведінку варто розцінювати як прагнення особистісного самопошуку, або як бажання задоволення власного «Его», представлення себе як товару на «ринку особистостей» [15].

Список використаних джерел

1. Арендт, Х., 2000. ‘Vita Activia, или О деятельности жизни’, пер. с нем. и англ. В. В. Бибихина; под ред. Д. М. Носова, СПб.: Алетейя, 437 с.
2. Бахтин, М., 1972. ‘Проблемы поэтики Достоевского’, М., с.434.
3. Бодрунова, СС., 2011. ‘Концепция публичной сферы и медиакратическая теория: поиск точек соприкосновения’, Журнал социологии и социальной антропологии, Т.14, №1, с.110–133.
4. Болтански, Л., Тевено Л., 2013. ‘Критика и обоснование справедливости: Очерки социологии градов’, пер. с фр. О. В. Ковеневой под науч. ред. Н. Е. Конопсова, М.: Новое литературное обозрение, 576 с.
5. Гібернау, М., 2012. ‘Ідентичність націй’, пер. з англ. П. Таращук; ред. Л. Марченко, К.: Тимпора, 304 с.
6. Карасик, ВИ., 2002. ‘Языковой круг: личность, концепты, дискурс: монография’, Волгоград: Перемена, 477 с.
7. Карасик, ВИ., 2000. ‘Этнокультурные типы институционального дискурса’, Этнокультурная специфика речевой деятельности: сб. обзоров, М.: ИИОН РАН, с.37–64.
8. Кастельс, М., 2000. ‘Информационная эпоха: экономика, общество и культура’, пер. с англ. под науч. ред. О. И. Шкарата; Гос. ун-т «Высш. шк. экономики», М.: ГУ ВШЭ, 608 с.
9. Ліотар, Ж.-Ф., 1998. ‘Состояние постмодерна’, пер. с фр. Н. А. Шматко, М.; СПб.: Ін-т эксперимент. соціології; Алея, 159 с.
10. Манаenko, ГН., 2003. ‘Дискурс в его отношении к речи, тексту и языку’, Язык. Текст. Дискурс, Вып.1, с.28–39.
11. Маркузе, Г., 1994. ‘Одномерный человек: Исследование идеологии развитого общества’, Пер. с англ. А. Юдина, предисл. и примеч. А. Юдина, М.: REFL-book, XXII, 341 с.
12. Ольшанский, ДВ., 2002. ‘Основы политической психологии: учеб. пособие для вузов’, М.
13. Пантюкова, РВ., 2009. ‘Тип текста как компонентная составляющая вида и подвида дискурса’, Лингвистика: традиции и современность: мат-лы Междунар. науч. конф., Ростов н/Д: ИПО ПИЮФУ, с.199–250.
14. Сеннет, Р., 2002. ‘Падение публичного человека’, пер. с англ. О. Исаева, Е. Рудницкая, Вл. Софонов, К. Чухуридзе, М.: Логос, 424 с.
15. Фромм, Э., 2014. ‘Иметь или быть?’, пер. с англ. Э. М. Телятниковой, М.: ACT, 314 с.
16. Хабермас, Ю., 1989. ‘Структурная трансформация публичной сферы’, пер. с нем., М.: Прогресс, 297 с.
17. Ясперс, К., 1991. ‘Смысли и назначение истории’, пер. с нем. П. Гайденко, М.: Политиздат, 527 с.
18. Bougnoux, D., 2001. ‘Introduction aux sciences de la communication’, Nouvelle ed., Paris: La Découverte, 286 p.
19. Habermas, J., 1992. ‘Further Reflections on the Public Sphere’, Habermas and the Public Sphere: Studies in contemporary German social thought, Calhoun Craig (ed.), Cambridge, MA: MIT Press, p.359–402.
20. Kant, I., 1996. ‘Toward Perpetual Peace [1795]’, trans. and ed. Mary J. Gregor. Practical Philosophy, Cambridge: Cambridge University Press, p.52–311.
21. Wolton, D., 1997. ‘Penser la communication’, Paris: Flammarion, 402 p.

References

1. Arendt, H., 2000. ‘Vita Activia, ili O dejatel’noj zhizni (Vita Activia, or About active life)’, per. s nem. i angl. V. V. Bibihina; pod red. D. M. Nosova, SPb.: Aleteija, 437 s.
2. Bahtin, M., 1972. ‘Problemy pojetiki Dostoevskogo (Problems of Dostoevsky’s Poetics)’, M., s.434.
3. Bodrunova, SS., 2011. ‘Koncepcija publichnoj sfery i mediakraticheskaja teorija: poisk tochek soprikosnovenija (The concept of the public sphere and the media theory of theory: the search for points of contact)’, Zhurnal sociologii i social’noj antropologii, T.14, №1, s.110–133.
4. Boltanski, L., Teveno L., 2013. ‘Kritika i obosnovanie spravedlivosti: Ocherki sociologii gradov (Criticism and justification of justice: Essays on the sociology of cities)’, per. s fr. O. V. Kovenevoj pod nauch. red. N. E. Koposova, M.: Novoe literaturnoe obozrenie, 576 s.
5. Gibernau, M., 2012. ‘Identichnist’ nacij (Identity of nations)’, per. z angl. P. Tarashchuka; red. L. Marchenko, K.: Tempora, 304 s.
6. Karasik, VI., 2002. ‘Jazykovoj krug: lichnost’, koncepty, diskurs: monografija (Language circle: personality, concepts, discourse: monograph), Volgograd: Peremena, 477 s.
7. Karasik, VI., 2000. ‘Jetnokul’turnye tipy institucional’nogo diskursa (Ethnocultural types of institutional discourse)’, Jetnokul’turnaja specifika rechevoj dejatel’nosti: sb. obzorov, M.: INION RAN, s.37–64.
8. Kastel’s, M., 2000. ‘Informacionnaja jepoha: jekonomika, obshhestvo i kul’tura (Information age: economy, society and culture)’, per. s angl. pod nauch. red. O. I. Shkaratana; Gos. un-t ‘Vyssh. shk. jekonomiki’, M.: GU VShJe, 608 s.
9. Liotar, Zh.-F., 1998. ‘Sostojanje postmoderna (Postmodern state)’, per. s fr. N. A. Shmatko, M.; SPb.: In-t eksperiment. sociologii; Aleteija, 159 s.
10. Manaenko, GN., 2003. ‘Diskurs v ego otnoshenii k rechi, tekstu i jazyku (Discourse in its relation to speech, text and language)’, Jazyk. Tekst. Diskurs, Vyp.1, s.28–39.

11. Markuze, G., 1994. ‘Odnomernyj chelovek: Issledovanie ideologii razvitetogo obshhestva (One-dimensional person: A study of the ideology of a developed society)’, *Per. s angl. A. Judina, predisl. i primech. A. Judina*, M.: REFL-book, XXII, 341 s.
12. Ol’shanskij, DV., 2002. ‘Osnovy politicheskoy psihologii: ucheb. posobie dlja vuzov (Fundamentals of political psychology: studies. manual for universities)’, M.
13. Pantjukova, RV., 2009. ‘Tip teksta kak komponentnaja sostavljajushhaja vida i podvida diskursa (Type of text as a component component of the type and subspecies of the discourse)’, *Lingvistika: tradicija i sovremenność: mat-ly Mezhdunar: nauch. konf.*, Rostov n/D: IPO PI JuFU, s.199–250.
14. Sennet, R., 2002. ‘Padenie publichnogo cheloveka (Fall of a public person)’, *per. s angl. O. Isaeva, E. Rudnickaja, Vl. Sofronov, K. Chuhrukidze*, M.: Logos, 424 s.
15. Fromm, Je., 2014. ‘Imet’ ili byt? (Have or be?)’, *per. s angl. Je. M. Teljatnikovo*, M.: AST, 314 s.
16. Habermas, Ju., 1989. ‘Strukturnaja transformacija publichnoj sfery (Structural transformation of the public sphere)’, *per. s nem.*, M.: Progress, 297 s.
17. Jaspers, K., 1991. ‘Smysl i naznachenie istorii (The meaning and purpose of the story)’, *per. s nem. P. P. Gajdenko*, M.: Politzdat, 527 s.
18. Bougnoux, D., 2001. ‘Introduction aux sciences de la communication’, Nouvelle ed., Paris: *La Découverte*, 286 p.
19. Habermas, J., 1992. ‘Further Reflections on the Public Sphere’, *Habermas and the Public Sphere: Studies in contemporary German social thought*, Calhoun Craig (ed.), Cambridge, MA: MIT Press, p.359–402.
20. Kant, I., 1996. ‘Toward Perpetual Peace [1795]’, trans. and ed. Mary J. Gregor. *Practical Philosophy*, Cambridge: Cambridge University Press, p.52–311.
21. Wolton, D., 1997. ‘Penser la communication’, Paris: Flammarion, 402 p.

* * *