

УДК 316.77.001

О. О. СУССЬКА

АКСІОЛОГІЧНИЙ ТА СОЦІОАНТРОПОЦЕНТРИЧНИЙ ПІДХОДИ У ВЗАЄМОДІЇ «СУСПІЛЬСТВО – ІНФОРМАЦІЯ – ПРИРОДА»

Серед нових тенденцій взаємодії в інформаційному суспільстві постає вивчення потенціалу суб'єктності, що не був раніше присутнім серед стандартів поведінки «медійних аудиторій», досліджуваних соціологами. Аксиологічний та соціоантропоцентричний підходи до змін у структурі комунікативної взаємодії, що раніше базувалась на дихотомії відносин «комунікатор» – реципієнт (масова аудиторія), дали змогу вказати на баговекторність комунікативно-інформаційного обміну завдяки впровадженню нових комп'ютерних технологій і на новий предмет досліджень соціології масових комунікацій та культури, яким є феноменологія «інтерпретативних спільнот».

Ключові слова: комунікація, персоніфікація, аксіологія, інформаційний простір, міжкультурні контакти, аудиторія, інтерпретативні спільноти, мас-медіа.

У сучасному медіакомунікативному просторі процес інформаційного обміну персоніфікується шляхом набуття внутрішньої ідентифікації, поряд із дедалі вищою зумовленістю та відповідністю інформаційним потребам і смакам індивідуальних акторів, що відображені в інформаційному просторі й потребують спеціального дослідження як у середовищі традиційних медіа, так і в комунікативних процесах, що відбуваються в мережі Інтернет. Все це доводить актуальність дослідження процесів суб'єктної комунікативної взаємодії в умовах трансформацій мас-медійної сфери, розбудови «культури віртуальності», у царині якої відбувається формування нової моделі культури загалом з її глобалізаційними можливостями та суб'єктними цінностями, що визначають засади цивілізаційних структур з притаманними для них аксіологічними «кодами».

Перехід від однієї стадії суспільного розвитку до іншої, що супроводжується різкою зміною або ламанням узвичаєних обставин життя, викликає й зміни в індивідуальній картині світу, приводить до затвердження нових еталонів світосприйняття. Новий світогляд формує й нові ціннісні орієнтації, нові засади світобачення та світовідчуття, зрештою, нову картину світу. Важливу роль у її конструюванні відіграє інформаційний простір, що формує нові якості взаємодії «суспільство – інформація – природа».

Прогрес в аксіологічному розумінні – це розвиток людини й людства, це завжди послідовна зміна та ускладнення індивідуальних і групових картин світу. Досліджуючи міжкультурну комунікацію в глобалізованому світі [11], ми доходимо висновку, що саме з картини світу впливає все інше – і цінності, й ієрархія, і парадигми наукового пізнання, і допустимі способи людських дій. Таким чином, картина світу може слугувати інтегральною типологічною характеристикою як культури [5], так і комунікативних відносин. Із цих міркувань можна (і потрібно) застосовувати терміни «комунікація», «культура» й «картина світу» як такі, що перебувають у по-

стійному взаємозв'язку, інтерферують між собою. Як зазначає Т. В. Люк у відомій праці «Новий світовий порядок чи порядки неосвітів: влада, політика, ідеологія в інформаціоналізаційних глокальностях» [7], «...функціонування влади, політики й ідеології в цих нових транснаціональних течіях капіталу, людей, товарів, інформації та культури генерує кіберсферу/телесферу, що за масштабами сумірна з першою природою природної біосфери та другою природою індустріальної техносфери, але відмінна від них» [7, с. 135]. На його думку, вона може бути визначена як нова «третя природа» кіберпросторової/телевізуальної/інформаційної глокальності, що поєднує локальне й глобальне в нових щоденних життєсвітах. Тим більше, що саме завдяки цьому суспільне життя набуває того гіперреального характеру, що структурує на цих «глокальних територіях» і соціальну боротьбу, і політичну організацію [7, с. 135–136], економічну та культурну ситуацію. Різні вчені вкладають у слово «культура» суперечливі, іноді взаємовиключні тлумачення: від побутового рівня розуміння вихованості тієї або іншої особи до уявлення про створений людьми світ культурних цінностей і далі, аж до уявлення про культуру як про загальний спосіб існування людського роду [9].

У нашому випадку найбільше акцентується соціоантропоцентричний підхід до вивчення залежності розвитку особистості від можливості й типу репрезентації особою певної картини світу та свого образу в ній, того образу, який властивий цьому співтовариству, цій культурі, соціальній групі на певному етапі їх розвитку. Усе вищезгадане робить питання про аксіологічні засади конструювання інформаційного поля особи як частини міжкультурного інформаційного простору актуальним, а для певних категорій, життєдіяльність яких повсякденно пов'язана з використанням комп'ютерних технологій, – надважливим. Від уміння орієнтуватися в сучасному інформаційному кіберпросторі, використовувати інформаційне поле [11] і загалом соціокультурний простір найбільш інтенсивно й адекватно з погляду співвіднесення з потребами [8] певних спільнот та індивідів найчастіше залежить не лише успішність особи в її основній діяльності (чи то робота, чи то навчання), від цих умінь часто залежать й адаптаційні можливості особи, і проходження етапів соціалізації, і можливість отримати нову професію тощо.

Найбільш об'ємно аксіологічна цінність та соціоантропоцентричність триади «суспільство – інформація – природа» представлені в категорії «життєвий світ», яке є центральним поняттям «пізніх етапів» філософії Е. Гуссерля, сенс якого полягає в подоланні вузькості горизонту виключно феноменологічного підходу завдяки зверненню до зумовленості свідомості світовими мотивами його конституювання. Уперше концепція життєвого світу представлена Е. Гуссерлем у «Картезіанських роздумах» і «Кризі наук як вираженні радикальної життєвої кризи європейського людства» [3], опублікованих у Німеччині вже після його смерті. Сенс поняття включає ідею життєвого світу, пов'язану з висуненням на перший план (саме в пізньогуссерліанській феноменології) теми кризи європейського людства як

кризи науки, філософії, раціональності загалом. Е. Гуссерль вважав, що європейський раціоналізм Нового часу страждає однобічністю [3], що він витісняє духовне смислове начало з наукового пізнання. Можливість подолання кризи Е. Гуссерль вбачає у створенні нової науки про дух. Предметом цієї науки має виступати життєвий світ, від якого залежить наукове пізнання як від фундаментального шару свідомої діяльності.

Долаючи певні суперечності феноменологізму, цю ідею в подальшому розвинули Б. Латур та М. Каллон у «новій соціології наук» та Х.-Д. Кюблер у своїх «Міфах про «суспільство знань»[4]. Феноменологічна концепція життєвого світу Е. Гуссерля послугувала живильним середовищем для становлення екзистенційно-феноменологічних ідей раннього М. Хайдеггера, ранніх варіантів герменевтики Г.-Г. Гадамера, розробок теоретиків постмодерну (Ж. Делеза, Ж. Деррида та ін.).

Цивілізаційний злам, який ми всі переживаємо, призводить до переосмислення багатьох істин, що донині здавалися непорушними. Як писав С. Хантингтон [13], теорія ідентичностей передбачає, що чим менші відмінності в аксіологічних засадах суспільств (системі цінностей) і чим вони при цьому істотніші, тим яскравіший конфлікт ідентичностей. Із цього погляду, наприклад, Півдню є що ділити із Заходом, і занепокоєння С. Хантингтона цілком виправдане. Як зазначає С. Переслегін у післямові до книги С. Хантингтона [13, с. 595–600], у межах нового «мета-онтологічного підходу» вимальовується така картина: Захід увесь лежить на Космічному рівні, але його культури мають «родимі» плями різного походження. Якщо Північноамериканські Сполучені Штати спочатку будували в себе НОСМОС, то середньовічна Європа була царством Полісів, а Ватикан і Франція, «старша дочка католицької церкви», увесь час відтворювали класичні НОМОСні системи відносин. Так що «сьогоднішня єдність цілком може вилитися в серйозний розкол по лінії панівної архетипічної ієрархії» [13, с. 596].

У сучасних дослідженнях інформаційного простору ідеї індивідуалізації інформаційного обміну в середовищі «інтерпретативних спільнот» актуалізуються все частіше через персоніфікованість сучасних мереж і мережних контактів між акторами; через відзначені С. Переслегіним «мітки» цивілізацій; так, якщо «для Заходу» початковою й кінцевою точкою маршрутизації є людина (орієнтація на особу), напрям метаонтологічного обертання раціональний – онтодіяльність передує мисленнєвій діяльності, а остання – соціодіяльності [13]. Для Сходу маршрутизація починається у світі ідей, напрям її раціональний – від світу ідей у світ людей і лише потім у світ речей, соціодія (подібно до комунікативної дії Ю. Габермаса) передує онтодії, оргпроект – проекту. Характерний ієрархічний рівень – НОМОС» [13, с. 597].

Можливість розкриття інваріантних структур життєвого світу Е. Гуссерль вбачає в критиці наукових абстракцій за допомогою проблематизації базових рис суб'єктивності [3]. Такі дуже істотні риси, як просторово-часові, інтерсуб'єктні, каузальні, «речовинні» тощо, що не є створеними суб'єктом, але бачаться ним такими, що визначають поле самої його

суб'єктивності. У межах інваріантів життєвого світу виникає *щось*, що може бути ототожнено зі сферою суб'єктивного. Згідно з С. Хантингтоном [15], вісім цивілізацій, представлених ним, «згорнулися» в три, причому Захід залишився Заходом, і в цьому сенсі зберегти ОБЛИЧЧЯ в умовах войовничого індивідуалізму було непросто. Вступають у свої права: відмова від моральних принципів, просування до горизонту вигоди, «не озираючись», безпардонне й оскаженіле використання «заборонених» прийомів, грубих маніпуляцій та іншого «арсеналу», вже давно знайомого нам, якщо не на своїй «шкірі», то з детективних (і просто «сімейно-побутових») телесеріалів [9].

Для сучасної цивілізаційної кризи характерно, що вся координатна система цивілізації лежить у світі речей, і всі її рівні будуть раціональні. У коментарях відомого соціолога й соціального психолога, заступника директора Інституту соціології НАН України Є. І. Головахи ці проблеми висвітлено ще на початку 2000-х рр.: «Простий приклад: у США більше трьох чвертей дорослого населення є членами хоч би однієї добровільної (що є дуже важливим) громадської організації – від клубу собаківників до політичної партії... Розвинена система добровільних асоціацій людей і є ознакою розвиненого громадянського суспільства, яке здатне відстояти інтереси особи перед державою» [2, с. 136–137].

У сучасних соціальних умовах розвитку суспільства, коли модерн плавно переходить у «постмодерн», коли, за висловом З. Баумана, важко відповісти на питання: це «ще пес або вже кіт?», адже «постмодерність – це час роїння нічних метеликів, будучи в дійсності сутінками універсальності» [1, с. 215–216], можна побачити (що було неодноразово відображено й у дослідженнях інтересів аудиторії мас-медіа), що навіть середній рівень вітчизняної культури був вищим за середній рівень «масової культури», уже тоді характерної для західних «модернізованих» країн. Вразливість перед «гіперреальністю» (Ж. Бодрійяр) і типажамі медіасимволіки «до-» та «пострадянських» зразків масового впливу зробили міжкультурну комунікацію на пострадянському просторі реальним протектором «маршрутизації у світі ідей» певної доби розвитку, комунікативної дії [12] з «мітками» цивілізацій. Останнім часом у ній переважають «мітки» західного типу, зокрема, «антиінституціоналізм» (П. Бергер), який уже був «атрактиваний», пережитий західним світом ще в 70-х рр. минулого століття.

Як зазначає З. Бауман, «з погляду Бергера саме антиінституціоналізм був відхиленням, зламом рутини, яка невдовзі мусить відновити себе та ще й з лишком. Хоч би яким неочікуваним і малоюмовірним у світлі теперішнього досвіду видається нам цей неминучий зворотний хід культурного маятника, він стане лише втіленням засадничої передумови становища людини, яку не можна підмінити, хоча часом і вдається знехтувати нею, через що виникає ілюзія призупинення її дії» [1, с. 202].

Сама природа масової комунікації є полікультурною, адже інформація в ефірі радіо або телебачення призначена для представників різних культур і національностей [11]. Ще більше розширив межі міжкультурної

взаємодії Інтернет. Поява «інтерпретативних спільнот», на які перетворюються тепер аудиторії, що раніше диференціювалися як телеглядачі, радіослухачі тощо, для соціологів масової комунікації не стала несподіваною. У структурі взаємодії в медіапросторі закладена множинність. Тому кожен член такої спільноти намагається: а) зберегти (відновити) свою множинність, тобто належність до широкого кола тих, хто контактує з тією самою інформацією (належність до володіння контентом); б) продемонструвати свою суб'єктність у виборі й інтерпретаціях, які можуть змістовніше вказувати на «присутність у контентах»; в) більш-менш успішно користуватися можливостями самому формувати й міняти власноручно створений контент. Усі три позиції є одночасно механізмами конструювання суб'єктом такого інформаційного поля [10], характеристики якого максимально задовольняли б комунікативні інтереси й інформаційні потреби особи.

Відомою особливістю соціально орієнтованого комунікування є втілення певних намірів (інтенцій) комунікатора щодо спектра його цілепокладання – «інтенціональної основи» комунікації, яка визначає лінійність або «канву» його цілеспрямованої мовної діяльності. Сьогодні цей механізм цілепокладання повністю переходить в інтернет-мережі (лише зменшується частка «усної мови» на користь письмового тексту). Проте міра аксіологічності зберігається, адже цілепокладання відображає систему цінностей комунікатора. При цьому сам комунікатор використовує ті засоби та елементи мовних навичок (у тому числі кліше й штампів), які аксіологічно зорієнтовані, тобто є найбільш близькими та зрозумілими його аудиторії (інтерпретативній спільноті). Комунікативна ситуація впливає, таким чином, і на цілепокладання точно так, як у випадку медіакомунікативної взаємодії з масовою аудиторією. Встановлення «зворотного зв'язку» і сприйняття «сукупного» комунікатора (включаючи авторів, редакторів і представників творчого персоналу) як автора аудіовізуальної продукції мас-медіа, а також популярні нині прояви «інтерактивності» (дзвінки в студію, запитання, інші форми, що використовують такі популярні канали, як «NewsONE», «1+1», «112», «Перший.UA» тощо), заохочують аудиторії масової комунікації до співучасті (партиципації), що можна розглядати як першу (найбільш масову, але пасивну) стадію комунікативної активності, яку виявляють члени інтерпретативних спільнот, а також і як міжкультурну комунікативну активність у межах уже існуючої соціально орієнтованої комунікативної ситуації. Незважаючи на те, що в мас-медійному просторі окремі фази комунікативної взаємодії комунікатора з масовими аудиторіями розірвані в просторі й часі, інтерпретативні спільноти компенсують цю ваду за допомогою численних інструментів збереження та накопичення контенту, щоб згодом до нього повернутися, чим вони доводять (згідно з Н. Луманом) і принцип існування «аутопойезису» всієї системи [6]. Саме компенсаторна функція (компенсація дефіциту спілкування) та афіліативність контактів у соціальних мережах часто дають змогу вважати їх психологічно зумовленим

інтегративним типом взаємодії між членами певних мережевих груп і спільнот, які поки що не стали об'єктом глибокого соціологічного аналізу.

Висновки. Віртуалізація комп'ютерної «свідомості» створила принципово нову ситуацію в багатьох сферах життя. У висновку можна констатувати, що, згідно з аксіологічним та соціоантропоцентричним науковими підходами, окремі складові громадського простору є в сукупності частинами міжкультурного інформаційного простору суспільства, а віртуальна комунікація (завдяки системі мереж) створює нині можливість дистанційного зв'язку між суспільствами (спільнотами) й окремими індивідами, досягаючи в цих мережах певної єдності; вказує на породжувані цією своєрідною конфігурацією образів і відомостей життєві позиції людей, їх переконання, ідеали, принципи пізнання й діяльності, ціннісні орієнтації та духовні орієнтири; таким чином, будь-які істотні зміни картини світу спричиняють зміни в системі вказаних елементів.

Список використаної літератури

1. Бауман З. У пошуках центру, що тримає / З. Бауман // Глобальні модерності / за ред. М. Фазерстоуна, С. Леша, Р. Робертсона ; пер. з англ. Т. Цимбала. – Київ : Ніка-Центр, 2008. – С. 201–209.
2. Головаха Е. И. Социологическая публицистика / Е. И. Головаха. – Киев : Ин-т социологии НАНУ, 2001. – 226 с.
3. Гуссерль Е. Логические исследования. Картезианские размышления. Кризис европейских наук и трансцендентальная феноменология. Кризис европейского человечества и философии. Философия как точная наука. – Минск ; Москва, 2000. – 752 с.
4. Кюблер Х.-Д. Мифы про суспільство знань / Х.-Д. Кюблер ; пер. з нім. Ю. В. Уварова. – Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2010. – 264 с.
5. Лич Э. Культура и коммуникация: Логика взаимосвязи символов. К использованию структурного анализа в социальной антропологии / Э. Лич ; пер. с англ. И. Ж. Кожановской. – Москва : Изд. фирма « Восточная литература » РАН, 2001. – 142 с.
6. Луман Н. Реальность массмедиа / Н. Луман ; пер. с нем. А. Ю. Антоновского. – Москва : Праксис, 2005. – 256 с.
7. Люк В. Тимоті. Новий світовий порядок чи порядки неосвітів: влада, політика, ідеологія в інформаціоналізаційних глокальностях» / Тимоті В. Люк // Глобальні модерності / за ред. М. Фазерстоуна, С. Леша, Р. Робертсона ; пер. з англ. Т. Цимбала. – Київ : Ніка-Центр, 2008. – С. 135–157.
8. Попова И. М. Повседневные идеологии. Как они живут, меняются и исчезают / И. М. Попова. – Киев : Ин-т социологии НАНУ, 2000. – 219 с.
9. Рот Ю. Межкультурная коммуникация. Теория и тренинг / Ю. Рот, Г. Коптельцева. – Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2006. – 223 с.
10. Сусська О. О. Інформаційне поле особистості. Формування інформаційного вибору в умовах сучасного соціокультурного середовища : монографія / О. О. Сусська. – Київ : ДАКККіМ, 2003. – 188 с.
11. Сусская О. А. Межкультурная коммуникация в информационном обществе : монография / О. А. Сусская ; [Рекомендовано к печати Ученым Советом Ин-та социологии НАН Украины ; рецензенты: д. соц. н. Судаков В.И., д. соц. н. Соболева Н. И., д. культурологии Никитин В. А]. – Saarbrücken : LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH & Co. KG, 2013. – 164 с.
12. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. – Санкт-Петербург : Наука, 2000.
13. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций / С. Хантингтон ; пер. с англ. Т. Велимеева, Ю. Новикова. – Москва : АСТ, 2003. – 603 с.

Стаття надійшла до редакції 20.06.2016.

Сусская О. А. Аксиологический и социоантропоцентрический подходы во взаимодействии «общество – информация – природа»

Среди новых тенденций взаимодействия в информационном обществе появляется изучение потенциала субъектности, который не присутствовал раньше среди стандартов поведения «медийных аудиторий», исследовавшихся социологами. Аксиологический и социоантропоцентрический подходы к изменениям в структуре коммуникативного взаимодействия, которое раньше базировалось на дихотомии отношений «коммуникатор» – реципиент (массовая аудитория), позволили указать на многовекторность коммуникативно-информационного обмена благодаря внедрению новых компьютерных технологий и на новый предмет исследований социологии массовых коммуникаций и культуры, которым является феноменология «интерпретативных сообществ».

Ключевые слова: коммуникация, персонификация, аксиология, информационное пространство, межкультурные контакты, аудитория, интерпретативные сообщества, масс-медиа.

Susska O. Axiological and Socioanthropocentric Approaches in Cooperation «Society – Information – Nature»

Among the new tendencies of co-operation the study of potential of subject, that was not present before among the standards of behavior of «massmedia audience», appears in informative society, that was investigated by sociologists. The axiology and anthropocentric trends for going near changes in the structure of communicative co-operation that was before based on dichotomy of relations a «communicator»- recipient (massmedia audience), allowed accent to specify on multiplied approaches of communicative informational exchange due to introduction of new computer technologies and on the new article of researches of sociology of mass communications and cultures there is a phenomenology of «interpretative associations» that.

The special value of misinterpretative accomplicants as «interpretative associations» is here acquired by the process of division of information, as control after this process is the major index of division of power in the of communication system as between a few states so in global scales. The international stream of information is determined as «motion of reports» through national scopes, and also among two and more national and cultural systems. In facilities of passing to of international stream information include the great number of constituents: radio and television, newspapers, magazines, books, films, marketing, advertising and all that.

Personification of informational contacts in global space is the symbolic modern case. Steve Weiberg has underlined: «the world story is often misused in journalism». Not that many newspaper articles are really stories. They rarely have beginnings, middles, and ends, rarely include foreshadowing, rarely are shot through with narrative drive. That kind of storytelling technique takes years to master.

Such type of modern international communication, whether «international needs began to the flow information», became possible due to development of the IT-technologies of communication systems. Lately most states are turned attention on distribution of international network of computers, which does possible storage, transmission and treatment of enormous arrays of information which carries various character – information about the personal life of citizens to the state of finances and scientific and technical information.

The main actings persons of stream of information through national scopes are the intergovernmental and ungovernmental organizations, multicultural associations and multinational corporations. Depending on the interests of person, they can extend or limit the flow information, to utilize different methods and strategies of achievement of their aims. But exactly the axiology and anthropocentric approaches may stoped conflict of interests in different sides in this area and created by hindering for acceptance of guaranteed agreement which would regulate the global stream of information.

Key words: communication, personification, axiology, informational space, multicultural contacts, audience, misinterpretative accomplicants, mass-media.