

анализ: дисс. к. филос. н. Уфа, 2011 / Режим доступа: <http://www.dslib.net/soc-filosofia/>

7. Соколова Е. Т. Самосознание и самооценка при аномалиях личности.– Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/55119/>

8. Столин В. В. Самосознание личности. – М.: Издательство Московского Университета, 1983. – 284 с.

9. Эрих Фромм. Душа человека. – М.: Республика серия "Мыслители XX века", 1992.– 430 с.

10. Эрих Фромм. Искусство любить.– Режим доступа: <https://www.e-reading.club/book.php>

11. Alberto Melucci. The Playing Self: Person and Meaning in the Planetary Society. Cambridge University Press, 1966.– P. 129

12. Электронный ресурс: <http://center-yf.ru/data/stat/dezadaptaciya.php> (Налджаян)

13. Электронный ресурс: (https://studme.org/134707115548/psihologiya/dezadaptatsiya_lichnosti)

Пальчинская Марьяна Викторовна – доктор философских наук, доцент кафедры философии Одесского национального морского университета

УДК 1:316.3+316.28+114

КОМУНІКАТИВНА ВЗАЄМОДІЯ В УМОВАХ СУЧАСНОЇ СОЦІОКУЛЬТУРНОЇ СИТУАЦІЇ

У статті розглядається комунікативна взаємодія в умовах сучасної соціокультурної ситуації. Особливу увагу приділено інтерактивним аспектам віртуальної комунікації і трансформації комунікативних патернів внаслідок відсутності жорстких імперативів віртуального спілкування, що сприяє високій варіабельності особистісної самопрезентації. У віртуальному просторі, яке продукується глобальною комп'ютерною мережею, розвивається специфічна мова, знаково-символьна система, засвоєння яких забезпечує ефективність комунікаційної взаємодії в сучасному світі.

Ключові слова: комунікативна взаємодія, комунікація, віртуальний простір, сучасне суспільство, особистість.

КОММУНИКАТИВНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННОЙ СОЦИОКУЛЬТУРНОЙ СИТУАЦИИ

В статье рассматривается коммуникативное взаимодействие в условиях современной социокультурной ситуации. Особое внимание уделено интерактивным аспектам виртуальной коммуникации и трансформации коммуникативных паттернов за отсутствия жестких императивов виртуального общения, способствует высокой вариабельности личностной самопрезентации. В виртуальном пространстве, которое продуцируется глобальной компьютерной сетью, развивается специфический язык, знаково-символьная система, усвоение которых обеспечивает эффективность коммуникационного взаимодействия в современном мире.

Ключевые слова: коммуникация, виртуальное пространство, современное общество, личность.

COMMUNICATIVE INTERACTION UNDER CONDITIONS OF THE CONTEMPORARY SOCIOCULTURAL SITUATION

The article deals with communicative interaction in the conditions of the modern socio-cultural situation. Particular attention is paid to interactive aspects of virtual communication and the transformation of communicative patterns for the lack of rigid imperatives of virtual communication, contributes to the high variability of personal self-presentation. In the virtual space, which is produced by the global computer network, a specific language is developed, a symbolic symbol system, the assimilation of which ensures the effectiveness of communication interaction in the modern world.

Keywords: communication, communicative interaction, virtual space, modern society, personality.

Актуальність обраної теми обумовлена тим, що однією з підстав соціокультурних трансформацій сучасного суспільства є віртуалізація, яка сприяє формуванню специфічного простору соціокультурної взаємодії - віртуального простору. Його функціонування призвело до зміни вже сформованих в соціумі комунікаційних механізмів. Віртуальна комунікація стала одним з чинників подальших соціокультурних перетворень сучасного суспільства, тому важливим інструментом концептуального осмислення процесів, що відбуваються в світі, є аналіз специфіки цієї комунікативної взаємодії.

Ступінь наукової розробки проблеми. Дана тема частково розглядалася вченими, які досліджували проблеми інформаційного суспільства, невід'ємним елементом якого є комунікації між користувачами комп'ютерних мереж. Слід виокремити роботи Д. Белла, М. Кастельса, Е. Тоффлера, І. Алексєєвої, В. Іноземцева, Л. Іоніна, А. Ракитова, Д. Іванова та ін.

Проблеми комунікації, зокрема віртуальної, аналізували Ю. Хабермас, І. Валлерстайн, Ж. Бодрийяр, С. Корольов, В. Малимон, І. Мальковська, А. Войскунський, А. Белинська, А. Жичкина та ін.

Однак, інтенсивна інтеграція віртуального простору в існуючу систему соціальних відносин вказує на необхідність подальшого наукового аналізу його комунікаційної складової в рамках соціально-філософського дискурсу.

Мета даної статті – аналіз комунікативної взаємодії в умовах становлення інформаційного суспільства та віртуалізації.

Проблема комунікації є однією з центральних в сучасній соціальній філософії. Це пояснюється, перш за все, тим, що соціальні процеси органічно вміщують в себе комунікаційну складову: «Соціальний простір життя впорядковано і організовано через систему інтеракцій, соціальних зв'язків і соціальних інститутів. Соціальна дія М. Вебера, пов'язана з поведінкою інших, бере до уваги факт взаємодії (інтеракції), яка є першою передумовою будь-якого комунікативного акту» [12, с.77].

Комунікативна взаємодія включає в себе циркуляцію інформації в рамках локальних і глобальних соціальних утворень, міжособистісне спілкування, способи поширення та прийому інформації: «Виникнення філософської теорії комунікації стало одним із значущих подій в філософському житті ХХ століття. Протягом першої, і, особливо, другої половини минулого століття відбувалося інтенсивне прояснення сенсу тих процесів, функцій і завдань, які пов'язані із становленням інформаційного суспільства та розвитком комунікаційних технологій» [13, с.157].

Культура як програма комунікативних взаємодій реалізується, по-перше, комунікативною

організацією і може бути спрямована на відтворення комунікативних взаємодій і взаємозв'язків в їх незмінному вигляді, на збереження їх стабільності. Такий спосіб існує не тільки у традиційному, але і в сучасному, швидко мінливому суспільстві, оскільки без простого відтворення своїх основних характеристик соціокультурна комунікація піддається руйнуванню. По-друге, комунікативна організація може бути спрямована на зміни соціокультурних взаємодій, що обумовлюється необхідністю адаптації до змін зовнішнього середовища. Даний інноваційний спосіб, який наразі триває на ґрунті традиційної організації, призводить до комунікативної взаємодії і взаємозв'язку відповідно до соціальних, культурних та особистісних змін. По-третє, комунікативна організація може бути спрямована не тільки на модифікацію норм і цінностей спілкування під впливом змін у навколишньому середовищі, а й на творення принципово нових смислів, вперше здійснюваних форм комунікативної взаємодії. В даному випадку йдеться про креативний спосіб організації соціокультурної комунікації. Креативна комунікативна взаємодія стає необхідною, коли модифікація компонентів соціокультурної системи виявляється недостатньою для того, щоб забезпечити подальший соціокультурний розвиток.

Актуалізація аналізу комунікації та механізмів комунікативної взаємодії в умовах сучасної соціокультурної ситуації пов'язана з розвитком новітніх інфокомунікаційних технологій, що якісно змінюють характер комунікації, роблячи її масовою і доступною. З розширенням сфери інфокомунікаційної взаємодії підвищується динаміка перебігу соціальних процесів: «Сьогодні ж в умовах «інформаційного суспільства» або «суспільства знання» суб'єкт, що пізнає, настільки полонений повідомленнями, які надходять звідусіль, що практично втратив будь-яку когнітивну автономію і шанси на критичну рефлексію. Трьома чинниками «інформаційного суспільства» є тотальна влада ЗМІ («четверта влада»), існування науки виключно у формі соціального інституту, колективні форми виробництва знання («смерть автора»)[7, с.48].

У царині соціальної філософії проблема комунікації дістала всебічного висвітлення. Одну з найбільш фундаментальних концепцій комунікації запропонував Ю. Хабермас. Комунікативна дія, згідно із Хабермасом, спрямована на взаєморозуміння суб'єктів і узгодження проектів їх діяльності, здатна протистояти інтервенції в життєвий світ з боку ринкової економіки і державної бюрократії. Хабермас вважає, що всі використовувані в соціальних теоріях поняття дії можна звести до чотирьох основних. Поняття «телеологічна дія» означає дії людини, яка досягає своєї мети, обираючи відповідні засоби і належним чином застосовуючи їх. Якщо при цьому береться до уваги рішення іншої людини, то така цілеспрямована дія набуває характеру «стратегічної дії» [14]. Поняття «регульованої нормами дії» співвідноситься не з окремо взятою дійовою особою, а з певною соціальною групою, орієнтованою на будь-які спільні цінності. Особистість виходить у своїх діях не з намічених цілей, а із загальноприйнятих цінностей, очікувань інших людей. Поняття «драматургічної дії» співвідноситься з учасниками соціальних інтеракцій, що утворюють один для одного публіку, перед якою вони і виступають. Дійова особа створює уявлення про себе у інших осіб, які взаємодіють з ним, цілеспрямовано розкриваючи свій внутрішній світ. Іншими словами, драматургічну дію, само презентацію, спрямовану на створення іміджу.

Поняття «комунікативної дії» співвідноситься із взаємодією щонайменше двох здатних до дії суб'єктів, володіючих мовою. Дійові особи прагнуть при цьому досягти розуміння ситуації дії з тим, щоб погоджувати плани дій і самі дії: «Питанню про те, як можливий соціальний порядок, заданому у межах теорії суспільства, в теорії дії відповідає питання про те, як учасники інтеракції (щонайменше двоє) можуть координувати плани своїх дій таким чином, щоб інший, не викликаючи конфлікту і у всякому разі уникаючи ризику перервати інтеракцію, міг «поєднати» свої дії з діями «Я». Координація дій суб'єктів, які поводяться один з одним стратегічно, залежить від того, наскільки егоцентричний підрахунок власної вигоди врівноважується підрахунком вигоди з іншої сторони ... На противагу цьому я говорю про комунікативні дії, коли актори погоджуються на те, щоб внутрішньо погоджувати між собою

плани своїх дій і переслідувати свої цілі тільки за умови згоди щодо даної ситуації і очікуваних наслідків» [14, с. 199].

Комунікативна дія в концепції Ю. Хабермаса виступає як творча, діяльнісна форма спілкування, спрямована на вироблення нових цілей, а також на пошук найбільш ефективних засобів їх досягнення. У цьому Хабермасу бачиться головний сенс такого роду комунікації, яку умовно можна назвати комунікацією цілеформованої і доцільної колективної творчості. Саме з такою формою комунікації, заснованої на принципі творчої взаємодії, він і пов'язує поняття комунікативної раціональності. З точки зору Хабермаса, стан і форма соціальної комунікації розглядається як один із показників рівня технологічного розвитку суспільства і його соціокультурних особливостей: «Поняття комунікативної дії відноситься врешті-решт до інтеракції як мінімум двох здатних до мови і дії суб'єктів, які – вербальними або екстравербальними засобами – вступають в інтерсуб'єктивні стосунки» [14, с. 128].

Комунікація є смисловим відтворенням суспільства. Сенс дозволяє виявити горизонти, всередині яких можлива організація соціальних систем. Комунікація в даному випадку розуміється не як «перенесення» інформації, а як постійно виникаюча смислова надмірність, яка може спрямуватися на будь-якого учасника на індивідуальному і колективному рівні. Н. Луман також наділяє комунікації творчим потенціалом, але на зовсім іншому методологічному рівні. Якщо для різних концепцій характерно прагнення ототожнити суспільство і свідомість (суспільство як усвідомлені і свідомі взаємодії), то Луман, навпаки, виходить із положення про те, що система комунікацій (тобто суспільство) і психічна система (свідомість) є замкнутими і автономно функціонуючими утвореннями. В результаті носії свідомості – індивіди «входять» у суспільство, тобто в систему комунікації: «Суспільство як аутопоетична (самотворююча, самовідтворювана) система і є комунікацією, тому не індивіди, а комунікації творять суспільство... комунікації, які породжують нові комунікації» [11, с. 63-64].

У соціальній комунікації не тільки індивіди є суб'єктами комунікації, а сама по собі інформація. В системі комунікацій, якою її представляє Луман, немає місця не тільки індивідам, а й культурі, яка заміщується іншим комунікаційним компонентом – мовою [11, с. 68]. Соціальна система в теорії Лумана постає як комунікуюча комунікація, як позаіндивідуальна та позакультурна сутність, як щось, схоже на комп'ютер. При аналізі суспільства для позначення межі системи використовується, як зазначалося нами вище, поняття форми, що позначає примежеву лінію, маркування для розрізнення системи і її зовнішнього середовища [11, с. 64]. Дане поняття використовується Луманом для переходу від розгляду систем як об'єктів до судження про розрізнення, що розуміються не як реальні (об'єктні) відмінності, а як розрізнення, що здійснюються спостерігачем і становлять основу комунікації. Зміни в соціальних системах Н. Луман пояснює тим, що комунікації постійно здійснюють розрізнення між повідомленням і інформацією, між інформацією і інтерпретацією. У той же час операції свідомості і операції комунікацій здійснюються незалежно одна від одної. Іншими словами, конкретні люди не беруть в якості суб'єктів, джерел, носіїв ніякої участі в комунікації, тому вони належать не до системи, а до її навколишнього середовища. Луман закликає відмовитися від поняття соціальної дії (в тому числі і комунікативної), вважаючи, що комунікація має справу не з діями, а подіями в системі.

Соціальні процеси органічно вміщують в себе комунікаційну складову, тому комунікативна взаємодія є базисом ефективного функціонування соціальних систем: «Соціальний простір життя впорядковано і організовано через систему інтеракцій, соціальних зв'язків і соціальних інститутів. Соціальна дія, пов'язана з поведінкою інших, бере до уваги факт взаємодії (інтеракції), яка є першою передумовою будь-якого комунікативного акту» [12, с. 77]. Виходячи з уявлення про соціокультурну систему як єдність соціального, культурного й особистісного компонентів, що співвідносяться як система і середовище та існують завдяки взаємодії, сутність соціокультурної комунікації слід визначити, послідовно виявляючи призначення і

роль у цьому процесі особистості, соціальної системи і культури. Особистість є суб'єктом соціокультурної комунікації з таких підстав: суб'єкт комунікації може бути таким, якщо він здатний виробляти ідеї, смисли, значення, які ретранслюються в подальшому у процесі соціальних інтеракцій. Саме у внутрішньоособистісній комунікації відбувається формування смислів, які в подальшому, у процесі міжсуб'єктної комунікації, набувають соціально значимої форми.

Призначення соціальних систем у соціокультурній комунікації виявляється таким чином: соціальна система є мережею комунікативних взаємодій індивідів, сукупністю цінностей і норм, яка задає параметри в комунікативному процесі. Якщо соціальні системи являють собою мережу комунікативних взаємодій і утворюються на цій основі асоціації, то культура організовує ці взаємодії за допомогою загальноприйнятих норм, правил, цінностей тощо. Для здійснення комунікативних дій і функціонування комунікативних мереж необхідні смисли, значення, знаки, символи тощо. Повідомлення, інформація, інтерпретації в комунікативному процесі повинні знайти конкретне втілення для того, щоб бути оперованими і трансльованими, оскільки, по-перше, як у внутрішньоособистісній, так і в міжособистісній, соціальній комунікації інформація набуває знакову, символічну форму; по-друге, ці знаки, символи наповнюються певними значеннями і смислами; по-третє, комунікація здійснюється за сформованими або узгодженими правилами. Таким чином, комунікація існує в певних знаково-символічних, нормативних, смислових межах.

Поряд з традиційними формами комунікації суспільство використовує нові форми для самовідтворення суспільства як соціальної системи: «Комунікація між людьми є щось більш сутнісним, а інтерактивні діалоги (широко поширилися в електронних ЗМІ та Інтернеті) лише «передень» істинно комунікативного процесу. Комунікація спрямована на взаєморозуміння. Діалог виступає сполучною ланкою інтерсуб'єктивності в людському суспільстві, навіть у віртуальному середовищі. Звідси друга складова частина «інформаційного суспільства», – «комунікативна». Комунікативне народжується з інтеракції; через неї «суспільне» і «людське» доповнюють один одного» [12, с.76].

Становлення у глобальних масштабах інформаційного типу соціального устрою, в основі якого лежить обмін інформацією за допомогою новітніх технологій, створює специфічну соціокультурну реальність – віртуальний простір. Цей простір є особливим середовищем, поява якого призвела до зміни вже сформованих у соціумі механізмів комунікаційної взаємодії. Таким чином, інформаційне суспільство сприяє формуванню як нового виду суспільних відносин, так і нового виду інфокомунікаційної взаємодії, що здатні забезпечити ефективну взаємодію суб'єктів комунікації: «У всіх суспільствах людство існувало в символічному середовищі і діяло через нього. Тому історично специфічним у новій комунікаційній системі, організованій навколо електронної інтеграції всіх видів комунікації, від типографської до мультисенсорної, є не формування віртуальної реальності, а створення реальної віртуальності» [8, с. 351].

Значну роль в сучасних комунікаційних процесах віртуальний простір відіграє внаслідок підвищеної інтерактивності, що обумовлює його унікальність як засобу комунікаційної взаємодії: «Інформаційна та комунікативна активність людей масово переноситься на взаємодію в онлайн завдяки інформатизації» [10, с.74]. Віртуальна комунікація стає складовою частиною соціокультурного простору сучасного суспільства, що вбудована в реальні соціальні процеси: «Медіареальність знайшла завдяки електронним засобам комунікації і екранної культури щільність і яскравість, порівнянну зі справжньою реальністю» [13, с.164].

Віртуальна комунікація виступає не окремим, а паралельним видом соціальної комунікації, в той час як реальна комунікація все більше віртуалізується. М. Кастельс закріплює значення знакової комунікації в образі реальної віртуальності. Згідно Кастельсу, сучасні засоби масової інформації із застосуванням мультимедійних та інтерактивних технологій утворюють

комунікативну систему, в якій «реальність, тобто матеріальне і символічне існування людей, повністю занурене у віртуальні образи, в вигаданий світ, в якому образи стають вже не засобом передачі досвіду, а власне досвідом, який здатний підсилювати свій вплив на соціальну реальність» [8, с.320]. Він вказує на властиву телебаченню і радіо односпрямованість комунікації як ключову проблему мас-медіа: «реального процесу комунікації як взаємодії передавальної і отримує боку при інтерпретації повідомлень немає» [8, с. 321].

Розглядаючи культуру реальної віртуальності, він посилається на ідеї представників постмодернізму і структуралізму, які в даному аспекті зводяться до положення, що культури створюються з комунікаційних процесів, а всі форми комунікацій базуються на виробництві та споживанні знаків і смислів. Аналізуючи сутність комунікаційної системи, яка продукує реальну віртуальність, він визначає її наступним чином: «Це система, в якій сама реальність, тобто матеріально-символічне існування людей, повністю схоплена, занурена у віртуальні образи, а вигаданий світ, в якому зовнішні відображення знаходяться не просто на екрані, через який передається досвід, але самі стають досвідом» [8, с.351-352].

На думку Жана Бодрійяра, в основі всіх форм комунікаційної взаємодії лежить споживання знаків. Відповідно, комунікація будується виключно на оперуванні ідеальними об'єктами, тому однією з провідних характеристик засобів масової комунікації є їх «нетранзитивність» [2, с.186]. Внаслідок цього порушується комунікативний процес: «Людина перетворюється на пасивного споживача, тим самим встановлюється узагальнений порядок споживання, в якому не можна давати, повертати або обмінювати, а дозволено лише брати і використовувати» [2, с. 187]. Ж. Бодрійяр, в свою чергу, вважає, що в умовах суспільства постмодерну комунікація перестала бути розмовою, оскільки вона перетворилася в процес обміну знаками, в процес гри зі знаками. А виробництво знання або інформації перетворилося у виробництво симулякрів - знаків без змісту, тобто віртуальне виробництво.

Одним з факторів, що впливають на соціалізацію особистості в сучасному суспільстві, є встановлення комунікативних зв'язків між користувачами глобальної комп'ютерної мережі, у віртуальному просторі якої формується якісно нова за своїм концептуальним змістом комунікативна взаємодія: «Про втрату змісту спілкування з настанням фази його шаблонності, однорідності і гіпертекстові говорить гіперактивність спілкування: підвищена частота застосування засобів телекомунікації, блогова форма ведення щоденників, гіпертекстової інформації. Гіперактивність спілкування, а по суті спроби заповнити дефіцит діалогічності спілкування, пов'язані з наростаючим пріоритетом інформаційно-комунікативної та регулятивної функції спілкування над афективно-комунікативної функцією, пов'язаної з емоційною сферою людини» [9, с.173].

Віртуальна комунікація в значно менше в порівнянні з комунікацією соціальною піддається ритуалізації, дозволяючи особистості конструювати власний образ, презентація якого відбувається в процесі спілкування. Причому цей образ має досить високою динамічністю: «Мережева комунікація, завдяки анонімності, невидимості, безпеки, дає можливість створити мережеву ідентичність, досягаючи віртуального управління враженнями про себе» [12, с.84]. В даному аспекті віртуальна комунікативна взаємодія виступає в якості інструменту перетворення індивідуальних особистісних характеристик: «Технічний прогрес призводить до нав'язування людині нової мобілістичної ідентичності ... У Мережі ідентичність людини буде проявлятися тільки в поточному контексті з тим, щоб в наступний момент зазнати ... зміни. Індивідуум, людина цілісний, йде геть, прикутий до свого одноманітності, як до важкого рюкзака, на його місце приходить індивідуум, людина багатолікий» [1, с.127].

Віртуальна комунікативна взаємодія приваблива знеособленістю, можливістю конструювати і трансформувати віртуальну особистість, а також анонімністю, яка дозволяє уникнути відповідальності за порушення рольових очікувань, зумовлених статусом індивіда. Вона надає свободу ідентифікації, тим самим дозволяючи конструювати віртуальну особистість з

віртуальним статусом: «дуже часто зустрічається обман або множення ідентичності – коли мережева ідентичність користувача не відповідає його реальній ідентичності» [4, с.72].

Завершуючи розгляд обраної теми можна зробити наступні **висновки**.

В умовах глобальних змін, притаманних сучасному етапу цивілізаційного розвитку, посилення динамічності протікання соціальних процесів, актуалізується питання щодо пошуку найбільш ефективних форм комунікаційної взаємодії.

Аналіз особливостей комунікаційної складової віртуального простору дозволяє прийти до висновку, що віртуальний простір являє собою особливу комунікативну середу, функціонування якої призвело до зміни вже сформованих в соціумі комунікативних патернів. Ці зміни базуються, перш за все, на анонімності, поліідентичності віртуального суб'єкта, опосередкованості віртуального спілкування технічними засобами, відсутності часових і просторових бар'єрів тощо, що дозволяє самостійно моделювати форми комунікативної взаємодії як окремим індивідам, так і соціальним групам.

Комунікативна взаємодія у віртуальному просторі має амбівалентний характер. До позитивних наслідків слід віднести можливість компенсації нестачі спілкування у соціальному просторі. До негативних наслідків відноситься адитивна поведінка, яка приводить до мінімізації соціальних комунікативних інтеракцій, необхідних для ефективної соціальної взаємодії в межах певної соціальної системи.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бард А. Нетократия. Новая правящая элита и жизнь после капитализма // А. Бард, Я. Зодерквист. — Спб., 2004. — 252 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://politzone.in.ua/index.php?id=425>
2. Бодрийяр Ж. К критике политический экономии знака / Ж. Бодрийяр. — М.: Библион: Русская книга, 2003. - 272 с.
3. Бодров В. Информационный стресс / В. Бодров. — М.: 2000. — 352 с.
4. Войскунский А. Метафоры Интернета / А. Войскунский // Вопросы философии. — 2001. — №11. — С. 64 – 79.
5. Гидденс Э. Устроение общества: Очерк теории структуризации / Э. Гидденс. — 2-е изд. — М.: Академический Проект, 2005. — 528 с.
6. Каледин Д. Хаос, сеть и научные исследования / Д. Каледин // ИГ – Наука. – 2000. – 20 декабря. – С. 3.
7. Касавин И. Знание и коммуникация: к современным дискуссиям в аналитической философии / И. Касавин // Вопросы философии. — №6. — 2011. — С. 173-186.
8. Кастельс М. Информационное общество и государство благосостояния: Финская модель / М. Кастельс, П. Химанен. — М.: Логос, 2002. — 224 с.
9. Король А. Общение и проблемы дистанционного образования / А. Король // Вопросы философии. — №6. — 2011. — С.173-186.
10. Коротникова Н. Социальные последствия развития Интернет как средства производства сетевых коммуникаций / Н. Коротникова // Социс. – 2007. – №2. – С. 73 - 82.
11. Луман Н. Общество как социальная система Пер. с нем./ А. Антоновский. М: «Логос», 2004. – 232 с.
12. Мальковская И. Профиль информационно – коммуникативного общества /

И. Мальковская // СОЦИС.– 2007.– № 2.– С. 76-85.

13. Назарчук А. Идея коммуникации и новые философские понятия XX века / А. Назарчук // Вопросы философии. – №5. – 2011. – С.157-166.

14. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие / Ю. Хабермас. – СПб.: Наука, 2001. – 380 с.

Плавич Владимир Петрович – доктор философских наук, кандидат юридических наук, профессор, академик, заслуженный деятель науки и техники Украины. заведующий кафедры общеправовых дисциплин и международного права Одесского национального университета имени И.И. Мечникова

УДК 340.34.01.

ПРОБЛЕМЫ АРХЕТИПИЧЕСКИХ ПРАФЕНОМЕНОВ ПРАВА ИНДИВИДУАЛЬНОГО И КОЛЛЕКТИВНОГО СУБЪЕКТОВ

Статья посвящена осмыслению прафеномена и архетипа, что дает возможность взглянуть на проблему причин права под новым углом зрения, где метафизика сближается и взаимодействует с психологией. Автор приходит к выводу, что на базе способа представления оформляется не только непосредственно информация, содержащаяся в праве, но и основание права. Рассматривается дуальная природа права, а также правовая направленность. Анализируются невербальные и нефиксированно-вербальные истины. Механизм генерирования информации представляется в виде системы двух уровней. Исследуются основные нормы и ценности современного образа жизни.

Ключевые слова: прафеномен, архетип, категориальная парадигма, сознательное и бессознательное, содержание права, конформистская мораль, способ представления.

ПРОБЛЕМИ АРХЕТИПОВИХ ПРАФЕНОМЕНІВ ПРАВА ІНДИВІДУАЛЬНОГО І КОЛЕКТИВНОГО СУБ'ЄКТІВ

Стаття присвячена осмисленню прафеномена і архетипу, що дає можливість поглянути на проблему причин права під новим кутом зору, де метафізика зближується і взаємодіє з психологією. Автор доходить висновку, що на базі способу подання оформляється не тільки безпосередньо інформація, яка міститься в праві, але і підстава права. Розглядається дуальна природа права, а також правова спрямованість. Аналізуються невербальні і нефіксовано-вербальні істини. Механізм генерування інформації представляється у вигляді системи двох рівнів. Досліджуються основні норми і цінності сучасного способу життя.

Ключові слова: прафеномен, архетип, категориальна парадигма, свідоме і несвідоме, зміст права, конформістська мораль, спосіб представлення.

PROBLEMS OF ARCHETYPICAL PRAFFENOMENES OF THE RIGHT OF INDIVIDUAL AND COLLECTIVE SUBJECTS

The article is referred to the concept of the phenomenon and archetype, that provides an opportunity to regard the problem of law reasons from the different angle, where metaphysics