

люди надають перевагу побудові подружньоцен-триської родини на противагу дітоцентриській. Хлопці та дівчата виявляють загальну готовність до універсалізації виконання подружніх сімейних функцій, однак при детальному обговоренні відображають розповсюджені в українському суспільстві гендерні стереотипи на кшталт обов'язкового матеріального забезпечення родини саме чоловіком і провідної ролі дружини у вихованні дітей.

Студентки налаштовані на поєднання сімейних обов'язків і професійної діяльності, визнаючи психологічні ризики статусу жінки-домогосподарки; хлопці демонструють неоднорідні настанови, приміром, їх менша частина родину сприймає як «другорядну сферу для підтримки кар'єри», багато представників сильної статі спробує поєднати професійну та сімейну самореалізацію, фігурують і носії відверто прогресивних ідей, які готові йти в декретну відпустку по догляду за дитиною, поки дружина буде працювати.

Маючи досвід проживання у неповній родині, студенти детально аналізують її психологічні особливості та ризики для виховання дітей. По-

зитивним є факт визнання молодими людьми неминучості проблем родинного життя, зокрема конфліктів і криз, і супутня готовність їх вирішувати: «Подружнє життя – це в першу чергу робота, над якою мають працювати обоє», «Спілкуванням можна конструктивно вирішити всі родинні проблеми, якщо цього хотіти».

Отже, аналіз результатів дослідження родинних настанов студентів засвідчив переважаючий прогресивний характер цих настанов. Встановлено, що опитані молоді люди визнають цінність сім'ї для успішної дорослої самореалізації, зорієнтовані на майбутнє одруження та налагодження партнерських стосунків у шлюбі. Студенти схильні до створення в перспективі малодітної родини з відокремленим від батьків проживанням; загалом толерантно ставляться до інфертильних родин і політики «чайлд-фрі», якщо за нею стоїть зважений свідомий вибір, а не інфантізм; лояльно ставляться до розлучення, цивільного шлюбу, визнаючи їх більші ризики для жінки. Перспективи подальших досліджень вбачаємо у детальному дослідженні настанов молоді щодо народження та виховання дітей.

Література

1. Діденко С.В. Психологія сексуальності: підручник / С.В. Діденко, О.С. Козлова. – К.: Академвидав, 2009. – 304 с.
2. Психологія сім'ї: навч. посіб. / За заг. ред.: В. М. Поліщука. – Суми: Університетська книга, 2008. – С. 230-231.
3. Шаповал А. «Чайлд-фрі» – новітня загроза зниження народжуваності / Антон Шаповал // Віче. – 2010. – № 6. – С. 27-30.

ОСОБЕННОСТИ РЕПРЕЗЕНТАЦИИ ЖИЗНЕННОГО МИРА В ИНФОРМАЦИОННОМ ПОЛЕ СУБЪЕКТА МАСС-МЕДИЙНЫХ КОММУНИКАЦИЙ

PECULIARITIES OF THE LEFWORLD REPRESENTATION IN THE INFORMATIONAL FIELD BY THE SUBJECT OF MASS-MEDIA COMMUNICATIONS

О.А. Сусская

канд. филол. наук, доцент,
Национальный университет
«Киево-Могилянская Академия»,
факультет социальных наук и социальных технологий. E-mail: sussskaya@bigmir.net

O.A. Sussskaya

DPh, assistant professor,
National University
"Kievo-Mohylianskaya Academy"
Faculty of Social science and Social technologies
E-mail: sussskaya@bigmir.net

Аннотация: в статье рассматриваются исследования позиций индивида в масс-медийном пространстве, а также проблемы, которые становятся все более актуальными во времена социальных, экономических и политических изменений в обществе; исследования информационного поля, сформированного в соответствии с индивидуальными потребностями, представляют один из важнейших подходов, обозначенных в теоретическом базисе современной коммуникативистики. В статье представлен анализ подходов и составляющих новой «контaminaционной модели» процесса конструирования информационного поля личности.

Ключевые слова: массовая коммуникация, общество, жизненный мир, информационное поле, информационные потребности, коммуникативное взаимодействие, личность.

Summary: The article contains the research of individual positions in mass-media space and their determinants became very actually during the rapid social, economic and political changes in society; the investigation by informational field formed in accordance with individual needs is one of the most important subject, intend for theoretical basis of communication science today. In article is carried out the analysis of approaches and constituents of new "contamination model" according to the process of personal informational field composition.

Key words: mass communication, society, lifeworld, informational field, informational needs, communicative interrelations, personality.

Присутствующие в научном дискурсе парадигмы и концепции массовой коммуникации опираются на различные методологические принципы, отражающие и социологические, и психологические традиции изучения этой сферы. Стремление создать универсальную конструкцию, синтезируя различные концепции, постоянно наталкивается на определенные препятствия, однако дополнения одного другим вполне уместно. Можно констатировать, что в социологии, в отличие от психологии, обсуждение феномена массовой коммуникации все чаще осуществляется в контексте коммуникативных аспектов социальной организации в целом и смещается от наблюдения за совершением функций обеспечения коммуникативного взаимодействия социальных структур и субъектов к пониманию коммуникации как наиболее релевантной формы взаимодействия смыслов в рамках публичного дискурса.

Устоявшееся мнение, фигурирующее в теории дискурса, содержит идею, что *индивид* выступает не как свободный, автономный и рациональный субъект, а лишь как поле, на котором различные дискурсивные практики структурируют собственные смыслы. Впервые инсталлированная в социальные науки К.Левиним идея «теории поля» (полностью поддерживаемая и автором статьи) исходит из того, что в настоящее время происходит существенное переосмысление социологией качеств индивидуальных субъектов и их роли в структурировании общества, в частности, происходит переход от стандартно-сциентистской к субъектно-ориентированной социологии. Общеизвестной стала необходимость постепенного перехода от макросоциологических моделей и принципов познания социальной реальности в микросоциологическим подходам, что знаменует собой не только определенные новации в современной социологической методологии, но и необходимость адекватно отражать проблемы и отвечать на прогностические запросы современного социума. Ибо парадигмальные изменения современного социологического универсума, требующие понимания социумом, всегда эволюционируют через человека в единстве его природных, социальных, духовных связей и проявлений, относящихся к объективной реальности в той же степени, как и к реальности субъективной.

Выдвижение на первый план в феноменологической теоретизации темы кризиса европейского человечества как кризиса науки, философии и рациональности в целом (в частности, Э. Гуссерлем, который считал, что европейский рационализм Нового времени страдает односторонностью) вытеснило духовные, смысловые начала из области научного познания. Возможность преодоления кризиса виделась Э.Гуссерлем в создании новой науки о духе. Предметом этой науки должен выступать *жизненный мир*, от которого зависит научное познание как от основы сознательной деятельности человека, состоящий из суммы непосредственных «очевидностей», которые задают формы ориентации и человеческого поведения. Такие очевидности выступают на дофилософском, донаучном, первичном в логическом плане уровне любого сознания, будучи базисом, условием возможности сознательного усвоения и одобрения индивидом теоретических установок. Данные условия и возможности совпадают со сферой общеизвестных представлений, которые обладают характером «автоматических» неосознаваемых регуляторов и определяют *смыслополагание*.

Согласно социофилософским толкованиям, (включая экзистенциально-феноменологические исследования «раннего» М. Хайдеггера, ранние варианты герменевтики Г.-Г. Гадамера и разработки таких теоретиков постмодернизма, как Ж. Деррида, Ж.Делез), порождаемые этой своеобразной конфигурацией образов и сведений жизненные позиции людей, их убеждения, идеалы, принципы познания и деятельности, ценностные ориентации и духовные ориентиры и любые существенные изменения картины мира влекут за собой изменения в системах перечисленных выше элементов. Согласно этим особенностям, картина мира преимущественно:

- определяет специфический способ восприятия и интерпретации событий и явлений;
- является основой, фундаментом мировосприятия, опираясь на который человек действует в мире;
- имеет исторически обусловленный характер, что предполагает постоянные изменения картины мира всех ее субъектов;
- включает как субъектов или носителей картины мира как отдельных социальных индивидов, так и социальные или профессиональные

группы, (в т.ч. этнонациональные и религиозные общности).

Согласно концепции автора статьи, модели жизненного мира (согласно признакам идентичности) находят свою репрезентацию в *информационном поле* субъекта масс-медийных коммуникаций. В рамках определенных социальных отношений, которые составляют объективную среду обитания любой социальной группы или индивида, формируются признаки идентичности, определенные цивилизационные клише, нормы индивидуального поведения, и т.п. Становление личности современного человека происходит под влиянием тех интеграционных процессов, которые разворачиваются в мире. Эти процессы, в свою очередь, находят отражение в совокупном содержании глобального масс-медийного пространства. Само **содержание массового сознания и совокупный контент информационного пространства** представляют два главных фактора среди наиболее мощных факторов социализации. Итак, в центре разработанной автором **контаминационной модели** массовой коммуникации, естественно, будет находиться личность.

Выделив важнейшие элементы коммуникативного взаимодействия как деятельности, мы убедились, что в рамках субъект-объектных отношений, которые традиционно складывались в условиях *медиацентрической модели* массовой коммуникации, мы должны рассматривать только коммуникативные действия коммуникатора при пассивной позиции аудитории, что существенно ограничивает изучение как социальных, так и психологических детерминант самого процесса взаимодействия коммуникатора с массовой аудиторией. Исходя из признания субъектности массовой аудитории и учитывая, что процесс восприятия аудиторией предложенного ей продукта СМК не происходит без такого нового явления как *контаминация субъектности*, т.е. *совмещение ролей коммуникатора и адресата в процессах выбора, получения и оценки (интерпретации) информации*. Надо подчеркнуть, что в этом случае именно адресат берет на себя более полную ответственность за результаты информационного поиска, а также сознательно относится к своему выбору, имея для этого определенные основания и вариативность возможностей («я уже несколько об этом уведомлен», или «я знаю, где найти об этом дополнительную информацию»). В таких условиях, каждый социальный индивид осуществляет определенную деятельность, направленную на получение информации. Именно заинтересованность и целеполагание в получении информации (информационный интерес) выступает как осознанная цель коммуникативного контакта с продукцией масс-медиа. Эта цель продиктована познавательной потребностью и лежит в основе коммуникативных действий субъекта деятельности, составляя её движущую силу. и мо-

жет реализоваться с помощью средств, которые имеются (доступны) для субъекта деятельности.

Если представить, что «образ настоящего» или «картина мира как репрезентация социальной реальности» выступает главенствующей субъектной детерминантой индивидуального движения жизни, то центральным компонентом субъективной картины мира с определенной очевидностью можно считать «жизненную программу личности». В этом смысле модели жизненного мира личности можно представить тремя основными кластерами:

А) *психологические модели* (преимущественно поведенческие);

Б) *коммуникативные модели* (в их рамках решаются проблемы установления коммуникативных связей, как интерперсональных (личностно ориентированных), так массовых (социально ориентированных) и т.д.;

В) *собственно лингвистические* (семантические) модели, которые могут быть как реальными так и ирреальными, или «гиперреальными» (выражение Ж.Бодрийяра).

Личность, которая способна интегрировать внешние воздействия с внутренними оценками, преимущественно всегда является носителем общественного мнения с наличием высокого уровня контаминации субъектности, как в ситуации противостояния противоречивым воздействиям социальной среды, так и в условиях коммуникативного взаимодействия с медиапространством. В теоретическом плане феномен *контаминации субъектности* можно считать одной из важнейших системных составляющих коммуникативного поведения субъекта медиакommunikаций; тем средством, с помощью которого «актор» (Ю.Хабермас) сохраняет самостоятельность своих позиций и может утвердиться как субъект коммуникативного действия. Кроме того, контаминация субъектности играет существенную роль в процессе формирования информационного поля личности.

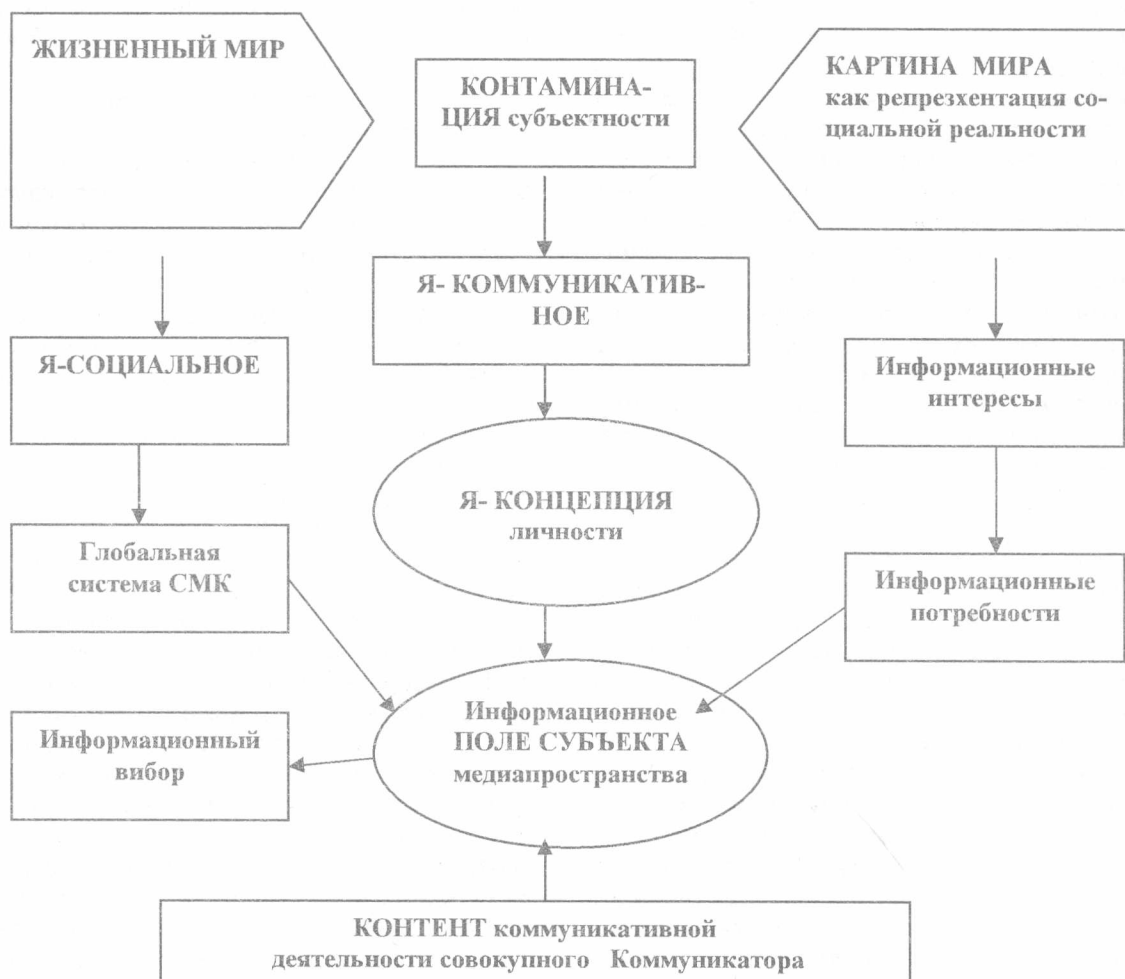
Контаминация субъектности одно из средств противостояния социальной аномии, который помогает предотвращать дисфункциональные взаимоотношения между индивидами и социальными подсистемами, особенно в условиях кризисных обществ, когда социальной ситуации присуща нестабильность, неопределенность, конфликтность, что влияет не только на поведение отдельных индивидов, но и групп и сообществ, то есть большинства населения. Явление контаминации субъектности демонстрирует возникновение качественно нового уровня *самосознания в процессе совмещения коммуникативных ролей*, а также приобретает особое значение как отражение в деятельности индивида присущих ему способностей интерпретировать окружающую социальную реальность в соответствии с особенностями собственного жизненного мира, собственного критического отношения к медиапространству и умениями интерпретировать его кон-

тент. Следующей проблемой, решению которой способствует контаминация субъектности, является поддержка личности в ситуации нестабильности, сохранение и повышение уровней самоинтерпретации и интернальности, ответственности за свои поступки, сохранения целостности «Я-

концепции», уровня социальной адаптированности в целом, тем самым совершенствуя и воплощая свою «Я-концепцию». Без этого не может быть реального целеполагания и контаминации субъектности в процессе социокоммуникативных практик.

Рис. № 1.

Контаминационная модель коммуникативного взаимодействия в информационном пространстве.



Литература:

1. Бодрийяр Ж. Симулякры и симуляция. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://royallib.ru/read/bodriyyar_gan/simulyakri_i_simulyatsiya.html#
2. Гуссерль, Э. Идеи к чистой феноменологии / Пер. с нем. – М.: Лабиринт, 1994. – 110 с.
3. Общественное мнение: теоретические и методические проблемы исследования / Под ред. В.Л.Оссовского. – К.: Стило, 2001. – 168 с.- укр.
4. Сусская О.А. Гуманизация и персонификация масс-медиа: Гуманизация и персонификация коммуникативного взаимодействия в медиапространстве. Монография. – Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH &Co. KG, 2013. – 110 с.
5. Сусская О.А. Социологические проекции личности: интерпретация, персонификация, виртуализация. Монография. – Saarbrücken: LAP LAMBERT Academic Publishing, AV Akademikerverlag GmbH &Co. KG, 2013. – 132 с.
6. Block R.A. Models of psychological time.// In Block R.A., ed. Cognitive Models of Psychological Time. Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc., 1990: pp.1-35.
7. Habermas J. 'Citizenship and national identity' // The Condition of Citizenship / B. van Steenbergen (ed.), London: Sage, 1994.