

ТЕОРЕТИЧНА КУЛЬТУРОЛОГІЯ

УДК 130.2:316.77

М. І. Бойченко, д-р філос. наук, проф.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
вул. Володимирська, 60, м. Київ, 01033, Україна
mykhai@ukr.net

КОМУНІКАТИВНА ПАРАДИГМА ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРИ

У статті розглянуто культуру під кутом зору пріоритетності її комунікативного виміру. Соціальна комунікація постає як основа творення та відтворення культури, як один з важливих засобів і до певної міри кінцева мета розвитку культури. Обґрунтовано тезу, що неможливий задовільний розгляд функціонування культури у суспільстві без врахування комунікативних механізмів його забезпечення. Виявлено провідну роль цінностей при визначенні комунікації як функціональної основи культури: цінності культури, набуваючи функціонального соціального призначення (зокрема, у вигляді соціальних ролей), забезпечують участь членів суспільства як у суспільному житті загалом, так і у його розвитку засобами культури. Комунікативний критерій дає можливість визначити як культуру лише те зі зробленого людиною, що сприяє соціальній комунікації, тобто що забезпечує відтворення та розвиток суспільства. Крім того, соціальна комунікація постає не лише як засіб та критерій розвитку культури, але і як мета її розвитку – як у очевидному випадку комунікативної культури, так і у більш широкому значенні як культури будь-якої комунікації. Якщо у першому, вузькому, значенні йде мова про щось близьке за значенням до етикету, то у другому, широкому, сенсі, який задає ціннісно-смысловий горизонт для розуміння усієї культури, остання постає як комунікація – актуальна і потенційна.

Ключові слова: культура, комунікація, соціальна комунікація, цінності, соціальні функції, соціальні ролі, соціальна технологія.

Постановка проблеми. Традиційно вважають, що соціальна філософія досліджує суспільство, а культуру має досліджувати культурологія. Назагал це твердження є правильним, однак потребує врахування надто багатьох "але". Першим серед цих "але" є те, що розрізнити матеріально чи навіть на символічному рівні суспільство та культуру можна лише аналітично – адже їхні основні складові майже повністю збігаються, а тому неможливо сказати про щось як про об'єкт, який має лише культурні, але зовсім не має соціальних ознак, або навпаки.

Водночас, коли Талкот Парсонс розрізняє систему культури та соціальну систему, він звертається до функціонального критерію і надає культурі лише функцію відтворення зразка, а соціальній системі – інтеграції. Таке звуження функцій навряд чи виправдане, однак воно вказує як на реальні підстави для більш тонкого розрізнення культури і суспільства, так і на можливість виявлення не лише їх функціонального взаємного доповнення, але й часткового функціонального взаємного заміщення, а також тих ціннісних підстав, які це уможливають.

Взагалі, аналізувати "культуру як таку", так само, як "суспільство як таке", – справа невдячна, надто багато відмінних інтерпретацій культури і суспільства надають різні підходи – функціональний, аксіологічний, інституційний, системний тощо. Але є також можливість спробувати виявити певні парадигми дослідження суспільства і культури, а на підставі певної парадигми як базового пізнавального підходу, який задає певну світоглядну та епістемологічну рамку, намагатися сполучати різноманітні пізнавальні підходи, які не мають таких світоглядних "амбіцій". Тривалий час у вітчизняній філософії та й взагалі гуманітарних та соціальних науках під впливом радянського марксизму домінував діяльнісний підхід. Він, втім, остаточно себе ще не вичерпав і має окремі доволі продуктивні варіанти розвитку, тому не дивно, що спрагли ширшого методологічного простору та свіжого сприйняття свого предмета дослідники нині жваво обговорюють і в цілому легко й активно сприймають у якості нової парадигми соціогуманітарного пізнання комунікативну філософію. Тим більше, що Юрген Габермас – один з її батьків-засновників і водночас нині діяльний яскравий її представник – сам пройшов шлях від марксизму до більш універсальної дослідницької позиції: подаючи тим самим приклад, зручний для наслідування вітчизняними гуманітаріями і соціальними дослідниками. Після марксизму саме Парсонс був також певний час важливим науковим авторитетом для молодого Габермаса – для нас це також свідчить на користь доречності звернення до комунікативної парадигми у розгляді культури.

Втім, окрім історичних аргументів на користь комунікативної філософії як основи досліджень культури, є також аргументи суто теоретичні. Класична філософія (у тому числі й філософія культури) тривалий час виглядала як філософія особистості. Причому ретроспективно, з позицій новочасної філософії суб'єкта, антична філософія, як і філософія Середніх віків, розглядалася також як персоналістична моральна філософія: наголос робили переважно на сюжетах і ситуаціях, які відповідали запитам філософії дії, тоді як усі інші, у тому числі комунікативні, мотиви ніби відступали на задній план і виглядали як фонові. Тоді як радикальна критика філософії суб'єкта Мартіном Гайдеггером і наступна більш широка кампанія проти суб'єктивності ("смерть суб'єкта" лише найбільш наочно це продемонструвала), розгорнута структуралістами та іншими прихильниками філософії, де суб'єктом поставала не людина, а надлюдські інстанції (від школи Анналів і аж до філософської герменевтики Ганса-Георга Гадамера), зробила якщо не позитивно-конструктивну, то в усякому разі велику негативно-деконструктивну роботу, в результаті якої ще не сформувалася власне комунікативна філософія, але для неї було розчищено теоретичний простір. Цей вільний простір доволі швидко заповнили різні несуб'єктивістські версії філософування (причому чи не найбільш екзотичним виглядає нон-антропоцентризм), серед яких не останнє місце зайняли концепції, які виводили усі основні соціальні та культурні процеси з феномена комунікації.

Аналіз досліджень і публікацій. Не минули своєю увагою комунікативну філософію і вітчизняні дослідники – передусім це київські науковці Анатолій Єрмоленко, Людмила Ситниченко, Володимир Куплін, Олексій Ведров та інші, а також львівські наші колеги, які доклали значних зусиль для перекладу, поширення та розвитку ідей цієї філософії, – передусім Андрій Дахній.

Метою статті є визначення теоретико-методологічної специфіки комунікативної парадигми дослідження культури.

Виклад основного матеріалу дослідження. Особливе місце при формуванні засад комунікативної філософії займає теорія соціальних систем Нікласа Лумана, який був послідовним критиком Габермаса – зокрема у тому, що в основі суспільного життя знаходиться не комунікативна дія, а власне комунікація: не дія породжує комунікацію, а комунікація – дію [9]. Прикметно, що на відміну від Габермаса, який ділить суспільство на життєвий світ та соціальні системи як дві доволі автономні складові (кожна з яких у своїй основі має специфічну дію – відповідно комунікативну й інструментальну [5]), Луман ще у ранніх працях обґрунтовує послідовно системний підхід до суспільства

льства [8], а у своїх зрілих працях прагне усю соціальну реальність розглядати як комунікативну [7; 9]. Ми погоджуємося з вихідною настановою Лумана, втім, вважаємо за принципове і необхідне доповнення до його позиції додавати, що комунікативну природу соціальної реальності слід виводити не з аутопоезису, а з ціннісних засад – при збереженні функціонального розуміння засобів забезпечення відтворення і розвитку цієї реальності.

Для визначення системних вимірів функціонування культури слід визначити рівні здійснення соціальної комунікації в суспільстві [3]. Адже культура є витвором людської комунікації, а також її причиною і основою – навіть тоді, коли мова йде про особисту культуру (адже все зроблене особистістю потребує перевірки і підкріплення або спростування іншими). Загалом, варто задуматись над побудовою комунікативної концепції культури, яка би виходила з ідеї інтерсуб'єктивної сутності людини як соціальної істоти. Раніше мова йшла у кращому разі про культуру комунікації, або ж комунікативну культуру, тоді як ми пропонуємо набагато амбітніший проект щодо виявлення комунікативної природи усієї культури: все, що зроблено людиною, завдячує комунікації і в кінцевому рахунку прямо чи опосередковано на неї орієнтовано.

Свого часу Карл Ясперс пропонував радикально змінити розуміння соціальної реальності, вбачаючи в ній фундаментально комунікативне підґрунтя. Спочатку Ясперс обґрунтував таку позицію, виходячи з екзистенційної проблематики [12], згодом – аналізуючи духовну ситуацію "часу", тобто сучасного суспільства [10; 13]. Нарешті, Ясперс веде мову про комунікативну природу взаємин в університетському середовищі [11]. В усіх цих випадках легко знайти вихід на проблематику культури, тобто того, як саме людина фактично поводить себе і як вона має поводитися – тобто того, як людина через свою поведінку змінює себе і навколишній світ. Чим далі, тим міцнішою стає впевненість Ясперса у тому, що людина це робить майже завжди не лише у присутності інших людей, але і заради них. Не лише власна екзистенція розкривається у комунікації – саме у комунікації удосконалюються механізми відтворення і розвитку сучасного суспільства загалом і його окремих інституцій та спільнот зокрема.

Спираючись на наші попередні дослідження [3], можна стверджувати, що слід вирізняти такі рівні, починаючи з найнижчого до вищих: безпосередньої взаємодії, взаємодії в рамках організацій і спільнот, взаємодії в рамках країн як складних територіальних об'єднань спільнот, взаємодії в рамках глобального суспільства як супер-"спільноти". На кожному з цих рівнів наявні свої різновиди цінностей, які приваблюють індивідів для участі у комунікації на відповідному рівні. Своєю чергою, ці цінності зумовлюють певні соціальні ролі та функціональні запити, які розподіляються або погруповуються щодо цих соціальних ролей.

Виконання соціальних ролей складає основу культури соціальної комунікації – більш або менш розвинену. Виконання ролей лише на перший погляд зосереджене в особистій культурі комунікації – як майстерність і переконливість та успішність виконання. Крім особистої культури участі у комунікації, слід вирізняти колективну культуру комунікації, більша частина якої полягає у тих неписаних правилах поведінки, які без спеціальних домовленостей і навіть без артикуляції неявно, але безумовно сприймаються комунікативною спільнотою як базові для успішного соціального життя. Такі правила, зокрема, спеціально досліджували представники напряму етнометодології, переважно у США (Е. Гарфікель [6]).

Чим вищий рівень соціальної комунікації, тим більше успішність соціальної взаємодії залежить від підкріплення неписаних правил поведінки раціоналізованими нормами. Універсалістські норми являють собою засоби гаранту-

вання порозуміння на найвищих рівнях соціальної комунікації – цей феномен докладно досліджений представниками комунікативної філософії, передусім німецькими (Ю. Габермасом, К.-О. Апелем [1], Д. Бюлером [4] та іншими), але також і вітчизняними (А. Єрмоленком, Л. Ситниченко, О. Ведровим та іншими). Таке порозуміння, втім, не дорівнює успіху самої соціальної комунікації, який виражається у її повному сприйнятті (adopting), оскільки сама комунікація потребує чотирьох етапів визнання – розуміння (understanding), прийняття (agree), наслідування (follow), власного варіанту виконання (performance). Комунікативна філософія намагається звести усі наступні етапи комунікації до першого, надаючи йому раціоналістичного характеру (acknowledgement) – за рахунок звуження (reducing) розуміння до результату раціональної аргументації в рамках дискурсу. Чи можливо у такому дискурсі для його учасників досягнути прийняття якихось цінностей, окрім цінності самого ідеального дискурсу? Навряд чи, в усякому разі – переважно всупереч вимозі обмежуватися у дискусіях "сильнішими раціональними аргументами", а не внаслідок слідування їй.

Культура є оприявненим досвідом – зокрема і передусім оприявненим соціальним досвідом, адже саме у соціальних зв'язках краще закріплюється здобуте в індивідуальному досвіді, не кажучи вже про те, що більша частина нашого досвіду є результатом відповідей на різноманітні соціальні виклики. Дослідження культури тому якраз і полягає в оперті на всю повноту досвіду, а не лише на його раціональну складову, яка піддається формалізації, а отже, калькуляції й іншим видам обробки інформації. Зокрема, формалізована комунікація непомітно, але неухильно перетворює людську комунікацію у комунікацію акаунтів віртуальних інформаційних мереж на базі мережі Інтернет. Але як принципово неможливо формалізувати людську свідомість до штучного інтелекту, так неможливо і людську комунікацію редукувати до "правильної" раціоналізованої комунікації у вигляді аргументативного дискурсу. І не лише неможливо, але й недержно. Така формалізація і редукція корисні лише в аналітичних цілях – досягнення чіткості й однозначності у формулюванні окремих аспектів комунікації, – але аж ніяк не для з'ясування сутності соціальної комунікації та дослідження причин її успішності. Культура ж охоплює собою усі прояви соціальної комунікації та людського досвіду, а відповідно, її аналіз сприяє з'ясуванню закономірностей їхнього розгортання у взаємозалежності.

Таким чином, для того щоби розглядати культуру як певний ідеал, як втілення вищих цінностей, до яких ми можемо і маємо нескінченно прагнути і наблизитися, слід спочатку (у режимі перед-розуміння) осягнути культуру як зовнішню сторону нашого досвіду, як те, що взагалі уможливило будь-яке наше діяння і прагнення. Такий взаємозв'язок початку і завершення, цілей і засобів можна осягнути завдяки дослідженню соціальної комунікації – причому на кожному згаданому рівні цей зв'язок є специфічним. Втім, щоразу це зв'язок між певними цінностями, які визначають цілі, та певними функціями, які визначають засоби здійснення комунікації.

Поняття культури вважають одним з найбільш багатозначних та широких за змістом, водночас апеляція до культури та необхідності її плекання стає все більш загальним місцем не лише філософських, але й доволі утилітарних розмірковувань. Домінує споживацький підхід до культури – або ж як до сукупності благ, або ж як до засобу пом'якшити жорсткі наслідки дії неблаганних механізмів функціонування соціальних систем. При цьому не лише не враховують, але, як правило, навіть не припускають, що і сама культура в основі своїй має функціонування тих самих соціальних систем, а з іншого боку, таке функціонування уможливується культурними смислами. Таке дещо спрощене і неадекватне поверхове сприйняття

культури зумовлене тим, що її сприймають або як усе зроблене людиною – і хороше, і не дуже, – тобто як щось ціннісно-нейтральне й об'єктивне, як антропологічно неминучу основу людського буття, яка не залежить від досвіду і впливів окремої людини, або, навпаки, як лише найкраще з того, що може бути зроблене людиною, щось, що протистоїть об'єктивній реальності, є надто ідеальним, а отже, є для неї майже випадковим і, за великим рахунком, суб'єктивно-смаковим – оціночно-ціннісним. На нашу думку, усі ці непорозуміння у формуванні поняття культури пов'язані з недостатнім осмисленням поняття цінностей та його ролі як у антропологічному, так і у перфекціоністському витлумаченні культури. Ми переконані, що саме належний ціннісний аналіз зніме уявні суперечності між такими "антропологізмом" і "перфекціонізмом".

Мова має йти саме про ціннісний, а не аксіологічний аналіз. Аксіологія є наукою, яка розглядає цінності як особливу філософську категорію, тобто пропонує завжди певну теорію цінностей, концептуалізацію цінностей. Таким чином, виходячи з загальних аксіологічних позицій, ми підходили би до розгляду культури упереджено, з уже готовим уявленням про те, що таке цінності, а отже, і чим може виявитися (і чим ніколи апріорно не може бути) культура. Тоді як наші пізнавальні амбіції мають бути, на наше глибоке переконання, дещо іншими: ми прагнемо встановлювати визначення поняття цінностей взаємопов'язано з визначенням поняття культури. Ціннісний аналіз тому є водночас і аналізом цінностей як предмета дослідження, і аналізом з позицій цінностей, тобто цінності мають виступати стрижнем нашої методології. Оскільки мова йде про пізнання людьми людської діяльності, ніякої суперечності тут немає, але є перформативне утвердження методології дослідження, її становлення під впливом все більш глибокого занурення у предмет пізнання. Це означає, що методологія має впливати з нашого способу життя, а не підтверджуватися заднім числом якимись вимушеними відступами і компромісами з нашим способом життя.

І все ж зовсім без передумов, без певних рамкових припущень неможливо здійснювати жодну діяльність, у тому числі й пізнавальну. Такою головною передумовою, вихідною інтуїцією, теоретичним припущенням і робочою гіпотезою нашого дослідження є теза щодо комунікативного характеру як цінностей, так і культури, так і самої людини. Таким чином, ми мали би починати з виявлення комунікативної природи людини, тобто з комунікативної версії соціальної філософії.

Соціальна філософія виступає у численних теоретичних та практичних проявах, одним з яких є аксіологічний. Аксіологія, як зазначено, є спеціальною наукою про цінності, однак, крім соціального, розглядає також онтологічний, епістемологічний, прагматологічний тощо прояви цінностей, причому у їхній взаємообумовленості. Тоді як соціальна філософія вивчає цінності у їхніх соціальних взаємозв'язках – із соціальною свідомістю, соціальною поведінкою, соціальними комунікаціями, соціальними відносинами і конфліктами, соціальними нормами і соціальними організаціями – тобто в усій сукупності інституційних та співвіднесених з ними позаінституційних зв'язків, а також роль цінностей у функціонуванні соціальних систем, соціальних спільнот та соціальної життєдіяльності особистості. Тим самим соціальна філософія постає, передусім, як особливий різновид аксіології, а саме як соціальна аксіологія.

Специфіка нашого підходу полягає у тому, що ця соціальна аксіологія буде побудована на комунікативній основі – на розумній базового характеру соціальної комунікації для побудови суспільства в цілому і визначенні вирішальної соціально-конструктивної ролі цінностей у забезпеченні соціальної комунікації.

Для цього соціальна філософія має постати, передусім, як соціальна технологія у багатьох сенсах, але слід завжди пам'ятати про первинне значення давньогрецького "техне" – як зробленого власноруч, певного вправляння, удосконалення у конкретній творчій діяльності. Цей момент повсякденної й у чомусь навіть буденної, рутинної роботи часто губиться у прагненні осягнути філософію як певне відкриття, спалах істини або ж у намаганнях зробити філософію (наприклад, як ідеологію) технологією масштабних соціальних перетворень. Водночас саме така щоденна, штатна, доведена до технологічної вправності робота і створює той ціннісний ефект, який складає основу життя людини і на якому у кінцевому рахунку базуються усі соціальні організації, інституції та системи. У цьому сенсі соціальна філософія є найбільш послідовною та точною рефлексією щодо творення людиною культури – власне культура і є таким культивуванням передусім самого себе, а далі – вже усього свого комунікативного оточення та навколишнього соціального світу в цілому.

Таким чином, соціальна філософія як технологія є передусім процесом навчання і самонавчання як самовдосконалення і намагання удосконалити інших та світ – завдяки практичному опануванню взаємодії з іншими та цим світом. У більшості випадків навчання цю глобальну мету хіба що відчують у зламні, вирішальні моменти найвищих досягнень – і то, як правило, через заломлення цієї мети у більш прикладній її версії освіти-пайдеї, тобто підготовки до повноцінного дорослого життя у суспільстві. В останньому випадку мова йде переважно про підготовку особистості до належних відповідей на виклики суспільства. Тоді як, на наше переконання, завданням освіти є підготовка людини до наступального, активно-перетворювального впливу на соціальну дійсність – сама людина має робити виклики суспільству, створювати нові смисли, продукувати ідеї, конструювати образи, які привертатимуть увагу оточуючих, викликатимуть їхні відповіді – можливо, не завжди і не в усьому схвальні, можливо, навіть доволі критичні, але у будь-якому разі такі відповіді будуть адаптацією соціального оточення до особистості, а не навпаки. Для цього людина сама себе повинна сприймати як здатну і зобов'язану реалізовувати себе соціально не стільки пасивно, через виконання вже готових соціальних ролей і сприйняття раніше запропонованих іншими людьми ідей, смислів і образів, але все більш і більш активно – трансформуючи ці ідеї, смисли й образи і прагнути здобути визнання себе в оточуючих як творця власних ідей, смислів і образів. Усі ці завдання людина здатна успішно виконати саме на комунікативній основі – чим більш амбітним є поставлене перед нею завдання, тим менше шансів у людини досягнути його самотужки, і навпаки – колективні зусилля такі шанси значно підвищують. Тому з самого початку формулювання завдань усі проекти із соціальних змін мають не просто включати комунікативну складову, але мати комунікативну основу.

Варто для прикладу навести один із сюжетів "Театрального роману" Михайла Булгакова, коли автор прекрасного драматичного твору стикається з несподіванкою при організації його постановки – і з подивом для себе виявляє, що проблема полягає не в ідеях твору, а у тому, що дехто з реально існуючої, вже наявної трупи театру не отримає ролі, оскільки у драму не включений його типаж. Тому, плануючи будь-який соціальний проект, слід продумувати такі соціальні ролі для його майбутніх учасників, які будуть для них зрозумілі і бажані – у цьому запорука його успішності не менше, аніж у ідейній, символічно-образній та абстрактно-ціннісній основі. Усі соціальні проекти мають спиратися на наявні соціальні цінності – навіть якщо вони передбачають

радикальну зміну цих цінностей (у цих випадках особливо!). У цьому полягає одне з основних неписаних правил комунікативної культури на усіх рівнях. Саме неясний спосіб виконання на найвищому рівні – рівні так званих загальнолюдських, або ж універсалістських, цінностей – робить реалізацію глобалістських проєктів сумнівною і малопривабливою, а самі універсалістські цінності – багаті у чому утопічними.

Для такого комунікативного опанування своїм активним соціальним призначенням необхідна свідомою робота над собою, над упорядкуванням свого життя і поширенням цього порядку на соціальний світ – але на усіх цих етапах це має бути робота комунікативна, прикладом якої є командна робота, уславлена сучасною американською культурою і концептуалізована в основних своїх технологічних характеристиках сучасними теоріями менеджменту. Прикладом такого упорядкування в освіті є передусім академічна освіта, для якої незаперечним і чітко усвідомлюваним є ідеал колективних досліджень, орієнтованих на здобуття самодостатньої і нічим не заангажованої істини, яка, навпаки, має своїм покликанням ангажувати цією істиною усе суспільство. Раніше ми вже писали про таке розуміння академічності [2].

Насамкінець варто додати, що в усі часи розвинені культури високо підносили цінність комунікації: про це свідчить щонайменше те, що найстрашнішим покаранням вважалася не смертна кара, позитивне ув'язнення чи якісь тотальні майнові санкції, але – вилучення з комунікативної спільноти, як-от вигнання з рідного міста, рідної країни, позбавлення громадянських прав. І нині у віртуальних спільнотах соціальних мереж зберігається та ж сама логіка, а у міждержавних стосунках санкції полягають передусім в обмеженні комунікації з певною державою та її громадянами. Тим самим не просто в уяві дослідників культури, а у практиці людської взаємодії діяльно, перформативно підтверджується високий соціальний статус комунікації як цінності.

Висновок. Таким чином, ми лише здійснили попередній начерк комунікативної парадигми дослідження культури – зробили найбільш значущі наголоси і позначили основні напрями її розгортання. Ця парадигма потребує свого майбутнього спеціального розгорнутого дослідження – як у рамках соціальної філософії, так і у рамках культурології: з використанням у кожному випадку специфічної методології й уточненням предмета дослідження, виявленням особливої проблематики і формулюванням відповідних особливих дослідницьких завдань. Поза сумнівом, ця тема заслуговує також на своє дослідження іншими філософськими дисциплінами. Усе це створить належне теоретично-методологічне та ціннісно-світоглядне підґрунтя для спеціальних емпіричних досліджень комунікативної природи культури. Але головним результатом має стати розвиток і збагачення самої культури комунікації та культури як комунікативної реальності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Апель К.-О. Дискурс і відповідальність: проблема переходу до постконвенціональної моралі / К.-О. Апель; [пер. з нім. В. Кулліна]. – К.: Дух і Літера, 2009. – 430 с.

М. І. Бойченко, д-р филос. наук, проф.
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко
ул. Владимирская, 60, г. Киев, 01033, Украина

КОМУНІКАТИВНА ПАРАДИГМА ІССЛЕДОВАНИЯ КУЛЬТУРЫ

В статье рассмотрена культура с точки зрения приоритетности ее коммуникативного измерения. Социальная коммуникация выступает как основа создания и воспроизводства культуры, как одно из важных средств и в известной степени конечная цель развития культуры. Обоснован тезис, что невозможно удовлетворительное рассмотрение функционирования культуры в обществе без учета коммуникативных механизмов его обеспечения. Выявлена ведущая роль ценностей при определении коммуникации как функциональной основы культуры: ценности культуры, приобретая функциональное социальное назначение (в частности, в виде социальных ролей), обеспечивают участие членов общества как в общественной жизни в целом, так и в ее развитии средствами культуры. Коммуникативный критерий дает возможность определять как культуру лишь то из сделанного человеком, что способствует социальной коммуникации, то есть обеспечивает воспроиз-

2. Бойченко М. І. Академічний статус соціальної філософії у стосунку до її неакадемічних втілень / М. І. Бойченко // Софія. Гуманітарно-релігійнознавчий вісник. – К. ВЦ "Київський університет", 2014. – № 1. – С. 34–37.

3. Бойченко М. І. Системний підхід у соціальному пізнанні: ціннісний і функціональний аспекти. Монографія / М. І. Бойченко. – К.: Видавництво "Промінь", 2011. – 320 с.

4. Бюлер Д. Відповідальність за майбутнє з глобальної перспективи. Актуальність філософії Ганса Йонаса та етики дискурсу / Д. Бюлер; [пер. з нім. А. Ермоленка]. – К.: Стило, 2014. – 157 с.

5. Габермас Ю. Теорія комунікативної дії / Ю. Габермас; [пер. з нім. К. Поліщук; наук. ред. Б. Поляруш]. – Л.: Астролябія, 2010. – Т. 1: Раціональність дії та суспільна раціоналізація. – 520 с.

6. Гарфінкель Г. Дослідження з етнometодології / Г. Гарфінкель; [пер. з англ. В.Шовкун]. – К.: КУРС, 2005. – 340 с.

7. Луман Н. Невероятность коммуникации; [пер. с нем.] / Н. Луман; [пер. с нем. А. М. Ложеницина, под ред. Н. А. Головина] // Проблемы теоретической социологии. Вып. 3. / Отв. ред. А. О. Бороноев. – СПб.: Издательство СПбГУ, 2000. – С. 165–199.

8. Луман Н. Поняття цілі і системна раціональність: щодо функцій цілей у соціальних системах / Ніклас Луман [пер. з нім. М. Бойченка та В. Кебуладзе]. – К.: Дух і Літера, 2011. – 336 с.

9. Луман Н. Социальные системы. Очерк общей теории / Н. Луман; [пер. с нем. И. Д. Газиева; под ред. Н. А. Головина]. – СПб.: Наука, 2007. – 648 с.

10. Ясперс К. Духовная ситуация времени / К. Ясперс; [пер. М. И. Левиной] // Смысл и назначение истории. – Изд. второе. – М., 1994. – С. 287–418.

11. Ясперс К. Идея Университету / К. Ясперс; [пер. з нім.] // Идея Университету: Антология / Упоряд.: М. Зубрицька, Н. Бабалик, З. Рибчинська; відп. ред. М. Зубрицька. – Львів: Літопис, 2002. – С. 134–139.

12. Ясперс К. Философия: в 3-х т.: Т. 2. Просветление экзистенции / К. Ясперс. – М.: Канон+, 2012. – 448 с.

13. Ясперс К. Философская вера / Карл Ясперс; [пер. с нем.]. // Ясперс К. Смысл и назначение истории. – М.: Республика, 1991. – С. 420–508.

REFERENCES

1. Apel, K.-O. (1988). *Diskurs i vidpovidal'nist': problema perehodu do postkonvencional'noi morali* [Discourse and responsibility: the problem of transition to postconventional morality]. Kyiv, Duch i litera.

2. Bojchenko, M. I. (2014). *Akademichnyj status social'noi filosofii u stosunku do ii' neakademichnyh vtilen'* [Academic status of social philosophy in relation to its non-academic incarnations]. *Gumanitarnoreligijeznavchyy visnyk*. Volume 1, 34–37.

3. Bojchenko, M. I. (2011). *Sistemnij pidhid u social'nomu piznanni: cinnisnij i funkcional'nij aspekti* [System approach in social cognition: value and functional aspects]. Kyiv, Promin.

4. Böhler, D. (2009). *Vidpovidal'nist' za majbutnie z global'noi perspektivi. Aktual'nist' filosofii Gansa Jonasa ta etiki diskursu* [Responsibility for the future from a global perspective. The urgency of Hans Jonas philosophy and the ethics of discourse]. Kyiv, Stilos.

5. Habermas, J. (2010). *Teorija komunikativnoi dii* [The Theory of Communicative Action]. Lviv, Astrolyabia.

6. Garfinkel, H. (2005). *Studies in ethnomethodology*. Kyiv, Kurs (In Ukrainian).

7. Luhmann, N. (2000). *Neverojatnost' kommunikacii* [The incredibility of communication]. SPB.

8. Luhmann, N. (2011). *Ponjattja cili i sistemna racional'nist': shhodo funkcii cilej u social'nyh sistemah* [The notion of purpose and systemic rationality: on the function of goals in social systems]. Kyiv, Duch i Litera.

9. Luhmann, N. (2007). *Social'nye sistemy. Oчерк obshhej teorii* [Social systems. Essay on the general theory]. SPB, Nauka.

10. Jaspers, K. (1994). *Duhovnaja situacija vremeni* [The Spiritual Situation of the Age]. Moscow, Politizdat.

11. Jaspers, K. (2002). *Ideja Universitetu* [The Idea of the University]. Lviv, Litopus.

12. Jaspers, K. (2012). *Filosofija: v 3-h t.: T. 2. Prosvetlenie jekzistencii* [Philosophy: in 3 volumes: V. 2. Enlightenment of Existence]. Moscow, Kanon.

13. Jaspers, K. (1991). *Filosofskaja vera* [Philosophical Faith]. Moscow, Respublika.

Надійшла до редколегії 10.09.17

водство и развитие общества. Кроме того, социальная коммуникация предстает не только как средство и критерий развития культуры, но и как цель ее развития – как в очевидном случае коммуникативной культуры, так и в более широком смысле любой коммуникации как культуры. Если в первом, узком, смысле идет речь о чем-то по значению близком к этикету, то во втором, широком, смысле, который задает ценностно-смысловой горизонт для понимания всей культуры, последняя выступает как коммуникация – актуальная и потенциальная.

Ключевые слова: культура, коммуникация, социальная коммуникация, ценности, социальные функции, социальные роли, социальная технология.

M. I. Boychenko, Doctor of Philosophical Science, Professor,
Taras Shevchenko National University of Kyiv
60, Volodymyrska Street, Kyiv, 01033, Ukraine

COMMUNICATIVE PARADIGM OR CULTURAL RESEARCH

In the article the culture is considered from the perspective of the priority of its communicative dimension. Social communication emerges as the basis for the creation and reproduction of culture as one of the important means and to some extent the ultimate goal of cultural development. The grounded thesis is that satisfactory consideration of the functioning of culture in a society is impossible without taking into account communicative mechanisms of its provision. It reveals the leading role of values in determining the communication as a functional basis of culture: the values of culture, acquiring functional social purpose (in particular, in the form of social roles), ensure the participation of society members in both social life in general and in its development by means of culture. The communicative criterion makes possible to define as culture only that things made by a person, which promote social communication, that is, that ensure the reproduction and development of society. In addition, social communication is not only a means and a criterion for the development of culture, but also should be considered as a goal of its development – both in the obvious case of communicative culture and in the broader sense of the culture of any communication. In the first, narrow sense we are talking about is close in importance to etiquette. In the second, broad sense which sets the value-semantic horizon for understanding the culture in general, the latter appears as a communication – actual and potential.

To determine the systemic dimensions of the culture functioning one should determine the levels of implementation of social communication in society. After all, culture is the product of human communication, and it is also the cause and the foundation - even when it comes to personal culture (since everything done by a person needs to be checked and reinforced or denied by others). In general, it is worth to think about building a communicative concept of culture, which would proceed from the idea of an intersubjective essence of a human as a social being.

The following levels should be distinguished, from the lowest to the highest: direct interaction, interaction within organizations and communities, cooperation within countries as complex territorial associations of communities, interaction within the framework of a global society as a super-"community". At each of these levels, there are varieties of values that attract individuals to engage in communication at the appropriate level. In turn, these values determine certain social roles and functional queries that are distributed or grouped around these social roles. The fulfillment of social roles forms the basis of the culture of social communication, that is more or less developed. Performing roles is concentrated in the personal culture of communication only at first glance - both skill and persuasiveness and successful performance. In addition to the personal culture of communication participation, the collective communication culture should be distinguished, most of which consists in those unwritten rules of conduct that, without special arrangements and even without articulation, are implicit, but certainly perceived by the communicative community as the basis for a successful social life. The higher the level of social communication, the greater the success of social interaction depends on the reinforcement of unwritten rules of conduct rationalized norms. Universalist norms represent the means of guaranteeing mutual understanding at the highest levels of social communication.

In order to treat culture as a certain ideal and as the embodiment of higher values, which we can and should endlessly seek and approach, we must first (in the mode of pre-understanding) comprehend culture as the external side of our experience, as that which in general enables any our act and aspiration. Such an interconnection of the beginning and end, goals and means can be gained through the study of social communication – and at each of the aforementioned level, this connection is specific. However, each time it is a connection between certain values that define the goals, and certain functions that determine the means of communication.

We should strive to establish the definition of the concept of values interconnected with the definition of the culture notion. Valuable analysis of this is, at the same time, an analysis of values as a subject of research, and an analysis from the standpoint of values, that is, values should serve as the basis of our methodology. Since it is a question of human knowledge of human activity, there is no contradiction here, but there is a performative statement of the methodology of the study, its formation under the influence of an even deeper immersion in the subject of knowledge. This means that the methodology should come from our way of life, and not be reaffirmed by the backwards of some forced indents and compromises with our way of life.

Key words: culture, communication, social communication, values, social functions, social roles, social technology.

УДК 2.17.2-42.17

I. В. Кондратьєва, д-р філос. наук, доц.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
вул. Володимирська, 60, м. Київ, 01033, Україна
iryna.k@i.ua

ІДЕЙНІ ВИТОКИ ЕТИЧНОЇ ДОКТРИНИ КИЇВСЬКИХ АКАДЕМІСТІВ

У статті здійснено аналіз витоків етичної доктрини київських академістів другої половини XIX – початку XX ст. Актуальність теми зумовлена необхідністю досягнути етичну наповненість духовно-академічного філософування Київської школи, внести певні корективи в методологію вітчизняних історико-філософських досліджень. Етична наповненість релігійно-моральнісних пошуків київських академістів полягала у своєрідному баченні та витлумаченні проблем чеснот, обов'язку та ідеї блага. Ідейними витоками етичних ідей мислителів Київської духовної академії є твори отців церкви у візантійській інтерпретації, з одного боку, а з другого – моральна філософія Канта, Фіхте та деяких інших німецьких філософів етичного ґатунку.

Ключові слова: християнська етика, моральна філософія, моральність, богословські чесноти, моральнісний ідеал, благо.

Постановка проблеми. За умов реалій сьогодення, коли в духовному кліматі суспільства зійшлися воедино песимізм і оптимізм, квієтизм і нігілізм, коли свобода вибору людиною світоглядних орієнтирів зрештою вийшла за рамки лише можливостей, особливо актуальною постає потреба в адекватних моральнісних цінностях. Важливо нині також з'ясувати те, наскільки дієвим, змістовно привабливим і придатним для практичної реалізації виглядає християнське вчення про мораль, зокрема в тому його варіанті, який свого часу був запропонований київськими академістами, та визначити те, чи взагалі християнська мораль є відповідальною за осмисленість життя людини. Теоретично обґрунтовану відповідь на питання такого ґатунку можна знайти у творчому доробку представників духовно-академічної думки. У цьому виявляється актуальність звернення до висунутих та з'ясованих академістами питань етичного змісту.

Аналіз досліджень і публікацій. Спадщина київських академістів другої половини XIX – початку XX століття поставала предметом дослідження дореволюційних істориків філософії Е. Гайдадима, В. Зеньковського, Е. Радлова, Г. Шпета, які здійснили джерелознавчий аналіз творчості деяких київських академістів, що стало першим досвідом філософського розгляду київської духовно-академічної традиції.

Вітчизняні дослідження звернені як до окремих персоналії, так і до київської духовно-академічної традиції філософування в цілому. Так, творчий доробок київських академістів розглядали та аналізували А. Апанасенко, А. Арістова, А. Баханов, Ю. Кравченко, С. Кузьміна, М. Лук, В. Нападиста, Н. Мозгова, А. Панченко, Л. Пастушенко, І. Печеранський, Л. Рабаданова, О. Сарапін, М. Ткачук, І. Фицик, Г. Христокін, І. Юрас та ін.