

УДК 141

DOI <https://doi.org/10.24195/spj1561-1264.2021.1.7>**Черненко В. О.**

кандидат філософських наук, доцент,
доцент кафедри суспільних наук
Харківського національного університету мистецтв
імені І. П. Котляревського
майдан Конституції 11, Харків, Україна
orcid.org/0000-0001-7413-3082

Яровицька Н. А.

кандидат філософських наук,
доцент кафедри суспільно-гуманітарних дисциплін
Харківського національного університету будівництва і архітектури
вул. Сумська 40, Харків, Україна
orcid.org/0000-0003-4448-1355

ФЕСТИВАЛЬ ЯК ОБ'ЄКТ КОМУНІКАТИВНОЇ ПРАКТИКИ: ФЕНОМЕН КОМУНІКАЦІЇ

Актуальність. Загальновідомо, що мистецький фестиваль утворює і створює особливий простір культурної комунікації, реалізуючи в даному просторі специфічний культурний полілог. Феномен художньої фестивалівності поліфункціональний, він впливає на художньо-естетичні уявлення, формує ціннісні орієнтири, сприяє збереженню та ретрансляції національно-культурних патернів, збагачує світоглядні установки.

Мета. Продемонструвати гуманітарну рефлексію історичного процесу філософсько-наукового осмислення концепту «комунікація».

Методи дослідження. Феномен «фестивальності» як об'єктивованого художнього простору культурної комунікації розглядається в аспекті методології парадигми Ю. Хабермаса і Н. Лумана, роблячи акцент на емоційно-вольових якостях суб'єктів комунікативної дії, їхні вимоги на значимість в акті естетичного самовираження в горизонті плюралістичного загального всім нам горизонту життєвого світу. Так, комунікація, на думку франкфуртського філософа, є процесом, який реалізує себе двома способами: 1) як інструментальна дія, що призводить до зростання продуктивних сил за допомогою раціоналізації засобів і процедур їх вибору; і 2) як процес раціоналізації дії, орієнтований на взаєморозуміння.

Результати. Справжній консенсус досягається за допомогою дискурсу – діалогічно рівноправної процедури аргументації – і являє собою універсальну (значущу для всіх розумних суб'єктів комунікації) згоду. Головним учасником такої комунікації є інтрасуб'єктивне «я», яке вже із самого початку знаходиться в ситуації спілкування з іншою особистістю, що дозволяє суб'єкту ставитися до себе як до учаснику взаємодії, дивлячись на себе із перспективи іншого, коли обидва належать спільному «життєвому світу» – сфері повсякденного, ні-предметної дотеоретичної цілісності. Таким чином, комунікація постає як воля до тотожності через визнання не-тотожності, тобто спроба затвердити свою не-випадковість (у ствердженні на значимість); це спроба утвердити світ як реалізацію вектору переваг у горизонті спільного існування за допомогою цирої комунікації.

Ключові слова: комунікація, цілісність, повсякденність, «життєвий світ», довіра, консенсус.

Вступ. Феномен художньої фестивалівності поліфункціонален, він впливає на художньо-естетичні уявлення, формує ціннісні орієнтири, сприяє збереженню та ретрансляції національно-культурних патернів, збагачує світоглядні установки [1–3]. Цей вплив здійснюється за допомогою особливих механізмів соціальної, ментальної і творчої діяльності: міжкультурна комунікація, гра, релаксація, нормативно-регулюючі та духовно-перетворюючі практики, агональність, культурна пам'ять, здатність до семиозиса, конструктивної рефлексії тощо [4].

Однак основною, базовою функцією для всіх інших виступає комунікативна. Розглянемо її більш детально.

Мета і завдання. Метою статті є продемонструвати гуманітарну рефлексію історичного процесу філософсько-наукового осмислення концепту «комунікація». Історичний процес філософсько-наукового осмислення концепту «комунікація» можна умовно розділити на два періоди: імпліцитний та експліцитний.

По-перше, тривалий період розвитку людського світогляду, коли комунікація ставала не так об'єктом безпосередньої рефлексії як така, скільки була приховано присутня в різних теоретичних дискурсах і практиках (філософських, релігійних, риторичних і т.п.), що описують взаємодію, або людини і світу, або людини і соціуму, або людини і людини. У даних дискурсах комунікація постає як одна з атрибутивних властивостей світобудови, зумовленої його матеріальною і телеологічно-сисловою єдністю, з чого виводиться весь взаємозв'язок і взаємозалежність явищ і процесів дійсності.

По-друге – інтерпретація комунікації не обов'язково передбачає лише обмін інформаційним повідомленням між індивідами або мовне спілкування. Комунікація може здійснюватися також у вигляді економічних обмінів (Ж. Бодрійяр, М. Мосс), сприйняття й інтерпретації матеріальних пам'яток і текстів культури (Ю. Лотман), трансляції міфів (К. Леві-Строс, Р. Барт) [3]. Проте до початку ХХ ст. філософський інтерес до комунікації був обмежений, з одного боку, дослідженнями в області походження соціальних норм, моралі, права і держави (теорія суспільного договору), з іншого боку – існуючими засобами організації власне філософської комунікації (проблема діалогу-полілогу, риторики).

Експліцитний період розгляду проблеми комунікації припадає на початок ХХ століття. І пов'язано це, з одного боку, зі зміною місця і ролі комунікативних технологій у різних суспільних сферах, що зумовлено виходом на історичну арену «людини-маси» (формування масової культури, ліберально-демократичної політико-економічної системи, масової свідомості тощо), а з іншого – інтенсивним розвитком засобів, які забезпечують саму комунікацію («технологічний вибух») [1]. Науково-технічний прогрес, масове виробництво і автоматизація діяльності гостро поставили питання організації та управління, й ці ж процеси зумовили збільшення вільного часу, який людина змушена займати вибудовуванням структур вільного міжособистісного спілкування.

Результати. Філософсько-науковий аналіз комунікації став просуватися в різних напрямках, формуючи певні традиції (підходи), в рамках яких сформувалися різні комунікативні теорії. Як правило, виділяють сім таких традицій [1; 4]:

1. Технологічна або кібернетична традиція (Н. Вінер, К. Шеннон та ін.). Комунікація розуміється тут як зв'язок, що з'єднує окремі частини будь-якої системи (комп'ютер, сім'я тощо). Основна функція комунікативної дії – оброблення і передача інформації. Основна проблематика: збереження оптимального балансу між прогнозованістю і невизначеністю одержуваної інформації, а також отримання максимальної пропускнуєї спроможності комунікаційної лінії з мінімальним спотворенням.

2. Соціопсихологічна традиція (Г. Лассуел, К. Левін, П. Лазарсфельд, К. Ховленда). Комунікація розглядається як міжособистісна взаємодія і вплив. Основна проблематика – аналіз причинно-наслідкових зв'язків, які призводять до успішної або неуспішної комунікативної поведінки в міжособистісному спілкуванні. У рамках даного підходу було виділено і вивчено три окремих причини змін у переконаннях: «Хто» – джерело повідомлення (компетентність, надійність); «Що» – зміст повідомлення (використання мотиву страху, порядок аргументів); «Кому» – характеристика аудиторії (особистість, схильність до впливу).

3. Риторична традиція (Демосфен, Аристотель, Цицерон та ін.). Комунікація розглядається як вправне публічне повідомлення, покликане надати ефект переконання і схилити в бік прийняття передбачуваного рішення.

4. Семіотична традиція (Ч. Пірс, Ч. Морріс, І. Річардс, Ф. де Соссюр, Б. Рассел, Л. Вітгенштейн, Р. Барт, Л. Крістева, У. Еко). У даній традиції комунікація занурюється в структури

мови (мова, знак, символ, образ і т. п.), і, розташовуючись на перетині трьох семіотичних комплексів: а) *синтактики* – сфера внутрішніх відносин між знаками; б) *семантики* – відношення між знаками та їх об'єктами; в) *прагматики* – відношення між знаками і тими, хто ними користується), стає простором, в якому розгортаються ті чи інші мовні форми. Вітгенштейн починає розглядати комунікацію як комплекс мовних ігор, що мають свої семантико-прагматичні правила і свої принципові обмеження. Також важливу роль для теорії комунікації відіграє традиційне для семіотики розрізнення двох рівнів у повідомленні: *денотативного* (фактичне повідомлення) і *коннотативного* (додаткове значення, соціокультурно зумовлене символічне навантаження). Таким чином, з одного боку, семіотико-лінгвістичний поворот відкрив горизонти для штучно-технічного відношення до організації комунікації, дозволяючи конструювати різні формалізовані мови комунікацій, з іншого – дозволив досліджувати культуру як ієрархію знакових систем, що має свою логіку розвитку, яка фіксується семіотичними практиками, котрі у свою чергу задають і реалізують різні комунікаційні простори і стратегії.

5. Соціокультурна традиція розглядає комунікацію у двох ракурсах: а) як створення і втілення соціальної реальності і б) як рефлексивне оспорювання несправедливого дискурсу. Перше базується на теорії «лінгвістичної відносності» Е. Сепіра – Б.Л. Уорфа, яка стверджує: структура мови певної культури формує те, що люди думають і роблять, тобто «реальний світ» більшою мірою несвідомо будується на мовних звичаях людей і зумовлений ними. Другий підхід розроблявся в рамках «критичної теорії» Франкфуртської школи (М. Хоркхаймер, Т. Адорно, Г. Маркузе та ін.). Основний вектор аналізу даної традиції спрямовано на виявлення і критику принципу «влада – підпорядкування» в комунікативних практиках, деконструкцію «індустрії підпорядкування і панування».

6. Феноменологічна традиція. Під феноменологією тут мається на увазі цілеспрямований аналіз повсякденного життєвого досвіду з точки зору людини, яка його безпосередньо переживає (від першої особи), а також спроба розуміння й інтерпретації цього досвіду. Комунікація ж виступає засобом пізнання себе та інших за допомогою діалогу (із самим собою та іншими). Дана традиція репрезентована широким спектром філософських напрямів: прагматизмом, персоналізмом, екзистенціалізмом, філософією життя, герменевтикою, гуманістичним психоаналізом та ін. Незважаючи на різноманітність підходів, два ключових поняття *конгруентність* і *емпатичне розуміння* утворюють загальне силове поле, навколо якого нарощуються концептуальні схеми даних течій. *Конгруентність* – це відповідність внутрішніх почуттів людини (збіг) і їх зовнішнього прояву; справжність, щирість, чесність. *Емпатичне розуміння* – це навичка прояви уваги, здатність проникнути почуттями в ситуацію іншого, «незаангажованість собою»; це активний процес прагнення почути думки, інтонації, емоції іншої людини як свої власні. Основне питання даного підходу звучить таким чином: «Чому так складно встановити і підтримувати справжні людські відносини?»

7. Етична традиція стверджує: етична компонента є не тільки істотним елементом комунікативної дії, але з необхідністю повинна передувати йому. Етична комунікація лежить в основі відповідального мислення, прийняття рішень і розвитку відносин як усередині й між спільнотами, так і серед контекстів, культур, каналів і засобів масової комунікації. Даний підхід розглядає комунікацію крізь призму трьох етичних модусів: *телеологічного* – яка мета і довгострокові наслідки нашої спільної комунікації; принесе вона шкоду або користь; *деонтологічного* – чи зобов'язані ми, вступаючи в комунікацію, завжди бути чесними, щирими; що важливіше: емоційний заклик або раціональна думка?; *особиста відповідальність* – які мої особисті мотиви, якими я керуюся в процесі комунікації: ціную я своїх партнерів, чи здатний я подивитися на світ очима іншої людини? Найбільш повно дана позиція викладена в недавно прийнятому Національною комунікативною асоціацією «Кредит комунікативної етики». Дозволимо привести його тут повністю:

– ми пропагуємо правдивість, точність, чесність і обґрунтованість як основні риси етичної комунікації;

- ми підтримуємо свободу вираження, різноманітність точок зору і терпимість до розбіжності в поглядах, щоб досягти поінформованого і відповідального прийняття рішень, яке лежить в основі громадянського суспільства;
- ми прагнемо розуміти і поважати інших учасників комунікації, перш ніж оцінювати і реагувати на їхні повідомлення;
- ми сприяємо доступу до комунікативних ресурсів та можливостей, оскільки вони необхідні, щоб реалізувати людський потенціал і сприяти добробуту сімей, спільнот і суспільства;
- ми сприяємо комунікативному клімату уваги і взаєморозуміння, в якому до унікальних потреб і рис характеру окремих учасників комунікації відносяться з повагою;
- ми засуджуємо комунікацію, яка принижує людину і людство за допомогою спотворення, залякування, примусу і жорстокості, за допомогою виразу нетерпимості й насильства;
- ми зобов'язуємося мужньо висловлювати особисті переконання в прагненні до чесності і справедливості;
- ми виступаємо за те, щоб ділитися інформацією, думками і почуттями, коли перед нами стоїть значимий вибір, але також поважаючи приватне життя і конфіденційність;
- ми беремо на себе відповідальність за коротко- і довгострокові наслідки нашої власної комунікації та очікуємо того ж від інших.

Підсумувати вищевикладене можна думкою К.О. Апеля: по-перше, у всякій дії та діянні повинно йтися про те, щоб забезпечити виживання людського роду як реального комунікативного співтовариства і, по-друге, про те, щоб у такому реальному суспільстві втілити в життя ідеальне співтовариство.

До початку ХХІ століття гуманітарна і філософська думка розробила і накопичила достатню кількість інтерпретаційних стратегій. Ми вкажемо лише на дві, на наш погляд, найбільш впливові й до цього дня.

Видатні німецькі мислителі ХХ століття Н. Луман і Ю. Хабермас репрезентують дві різні інтерпретативні стратегії комунікативної дії [4]. Для Лумана комунікація являє складну багаторівневу систему, принципи організації і побудови якої органічно вливаються в русло ідей системної теорії – популярної наукової парадигми 60–70-х років ХХ століття, що виникла на стику різних наукових дисциплін до моменту початку активної дослідницької діяльності німецького соціолога. Категоріальний і аналітичний апарат даного підходу вибудовується навколо таких бінарних опозицій: *система / агрегат, система / середовище, стабільність / нестабільність, редукціонізм / комплексність, емерджентність / ізоморфізм, каузальність / імовірнісний релятивізм*, а також оперує такими поняттями як ієрархічність, взаємовплив, універсализація, автопоєзис тощо [1]. Розробляючи власну теорію комунікації в рамках даної парадигми, Луман постає як радикальний конструктивіст: він визначає комунікацію як замкнуту самодостатню автореферентну систему, що автопоетично реалізовує себе у вигляді товариства (хоча і не тільки), мета якої – перерозподіл знання і незнання, а зовсім не зв'язок або передача інформації. Динамічна суть комунікації – відмінність і селекція, де *інформація, повідомлення і розуміння* – структурні елементи комунікації і види селекції. Таким чином, основна функція комунікації – розрізнення і відбір. Базовою дихотомією виступає думка про те, що Все, що Є, могло би бути Іншим (розрізнення існуюче/можливе; Творіння не може виключити ризик Іншого); негарантованість складної впорядкованості вимагає обґрунтування [1]. Еволюція – підвищення *комплексності* (неймовірність буття і порядку), що передбачає сприйняття зреалізованого всього лише як одного з багатьох варіантів, що могли би реалізуватися. Складність несе в собі цілісність актуалізуємих і не актуалізуємих можливостей у світі, а будь-яка система – це постійний маятник між їх збільшенням/зменшенням. Світ – сенс (послідовність операцій, які здійснюють селекцію можливостей, необхідну для збереження системи, конструюються в процесі комунікації), а влада, гроші, любов, істина, мораль – засоби комунікації.

Для Ю. Хабермаса в комунікації важливий передусім свідомо-емоційно-вольовий аспект [2; 3]. Комунікація, на думку франкфуртського філософа, є процесом, який реалізує себе двома способами: 1) як інструментальна дія, що призводить до зростання продуктивних сил за

допомогою раціоналізації засобів і процедур їх вибору; і 2) як процес раціоналізації дії, орієнтованої на взаєморозуміння. І якщо перше вимірюється коефіцієнтом корисності й панування, то друге реалізує себе в задоволенні взаємного прагнення до значимості в горизонті прояснення і все більш глибокого розуміння загального життєвого світу.

Хабермас виділяє три види людських дій:

1) інструментальний – орієнтований на успіх і такий, що підкоряється технічним правилам;
2) стратегічний – орієнтований на успіх і покликаний впливати на рішення раціонально діючих партнерів по комунікації;

3) комунікативний – орієнтований не так на егоцентрично калькульований успіх, а на порозуміння в процесі прагнення до значимості в контексті загального життєвого світу, який постає у вигляді смислового горизонту, який постає як би тією трансцендентальною областю, де зустрічаються слухач і той, що говорить, і де вони можуть обопільно висувати претензії на те, що їхні вирази і світобачення узгоджуються одне з одним, де вони можуть критикувати один одного, долати свої розбіжності й досягати згоди [3]. Комунікативна дія принципово відрізняється від стратегічних інтеракцій тим, що всі учасники беззастережно переслідують ілюкативні (спрямовані тільки на інтерпретуюче розуміння мовного акту слухачем) цілі для досягнення згоди, яке виступає підставою для координації відповідних планів дії, що індивідуально реалізуються. Важливу роль у цьому процесі філософ відводить раціональному розуму, завданням якого є виявлення й усунення тих відносин примусу, які непомітно можуть бути вбудовані в структури комунікації. Найважливішу функцію філософії і самого суб'єкта Хабермас якраз бачить в усвідомленому протистоянні інституційному та культурному примусу, який спотворює комунікацію і нав'язує помилкову згоду [4]. Справжній консенсус досягається за допомогою дискурсу – діалогічно рівноправної процедури аргументації – і являє собою універсальну (значущу для всіх розумних суб'єктів комунікації) згоду. Головним актором такої комунікації є інтерсуб'єктивне «я», яке вже із самого початку знаходиться в ситуації спілкування з іншою особою, що дозволяє суб'єкту ставитися до себе як до учасника взаємодії, дивлячись на себе з перспективи іншого, коли обидва належать спільному «життєвому світу» – сфері повсякденної самозрозумілості, не-предметної дотеоретичної цілісності. Таким чином, комунікація постає як воля до тотожності через визнання не-тотожності, тобто як спроба затвердити власну не-випадковість (у претензії на значимість) усупереч контингентності буття; це спроба створити світ не як реалізацію свавілля ефективною калькуляції, а як реалізацію вектора переваг у горизонті спільного зі-існування за допомогою щирої комунікації.

Висновки. Отже, «феномен фестивального» як об'єктивованого художнього простору культурної комунікації розташовується швидше в руслі «хабермасовської парадигми», а не «лумановської», з її акцентом на емоційно-вольові якості суб'єктів комунікативної дії, претензії цих суб'єктів на значимість в акті естетичного самовираження в горизонті плюралістичного загального для всіх нас горизонту життєвого світу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Луман Н. Введение в системную теорию. Москва : Издательство «Логос», 2007. 360 с.
2. Хабермас Ю. Между натурализмом и религией. Философские статьи. Москва : «Весь Мир», 2011. 336 с.
3. Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. Санкт-Петербург : Наука, 2001. 380 с.
4. Habermas J. The Theory of Communicative Action / McCarthy T. (ed.). Boston : Beacon Press, 1987. V. 2.

REFERENCES

1. Luman N. (2007) Vvedenie v sistemnyuyu teoriyu. [Introduction to the system theory]. Moskva : Izdatelstvo "Logos" [in Russian].
2. Habermas Yu. (2011) Mezhdru naturalizmom i religiey. Filosofskie stati. [Between naturalism and religion. Philosophical articles]. Moskva : "Ves Mir" [in Russian].

3. Habermas Yu. (2001) *Moralnoe soznanie i kommunikativnoe deystvie*. [Moral consciousness and communicative action]. Sankt-Peterburg : Nauka [in Russian].

4. Habermas J. *The Theory of Communicative Action* / McCarthy T. (ed.) Boston : Beacon Press, 1987. V. 2.

Chernenko Volodymyr Oleksandrovych

PhD in Philosophical Sciences, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Public Sciences
Kharkiv National I. P. Kotlyarevsky University of Arts
11 Konstytutsii square, Kharkiv, Ukraine
orcid.org/0000-0001-7413-3082

Yarovytska Natalia Anatoliivna

PhD in Philosophical Sciences,
Associate Professor at the Department of Publicly-Humanitarian Disciplines
Kharkiv N. U. of Construction and Architecture
40 Sumska str., Kharkiv, Ukraine
orcid.org/0000-0003-4448-1355

**FESTIVAL AS AN OBJECT OF COMMUNICATIVE PRACTICE:
THE PHENOMENON OF COMMUNICATION**

Problem. *It is well known that an art festival forms and creates a special space for cultural communication, realizing a specific cultural polylogue in this space. The phenomenon of artistic festivals is multifunctional, it influences artistic and aesthetic representations, forms value orientations, contributes to the preservation and retransmission of national and cultural patterns, enriches ideological attitudes.*

Purpose. *Demonstrate a humanitarian reflection on the historical process of philosophical and scientific comprehension of the concept of “communication”.*

Methods. *“The phenomenon of festival” as an objectified artistic space of cultural communication is considered in the aspect of the methodology of the paradigm of J. Habermas and N. Luhmann, focusing on the emotional and volitional qualities of the subjects of communicative action. Thus, communication, according to the Frankfurt philosophers, is a process that realizes itself in two ways: 1) as an instrumental action leading to the growth of productive forces by rationalizing the means and procedures for their choice; and 2) as a process of rationalizing action oriented towards mutual understanding.*

Results. *Genuine consensus is achieved through discourse – a dialogically equal procedure of argumentation – and represents a universal (meaningful for all reasonable subjects of communication) agreement. The main participant in such communication is the intersubjective “I”, which is already initially in a situation of communication with another personality, which allows the subject to treat himself as a participant in the interaction, looking at himself from the perspective of the other, when both belong to the joint “life world” – the everyday sphere, non-subject pre-theoretical integrity. Thus, communication appears as the will to identity through the recognition of non-identity, i.e. an attempt to assert one's non-randomness (in the claim to significance); it is an attempt to realize the world as the realization of the vector of preferences in the horizon of joint co-existence through sincere communication.*

Key words: *communication, integrity, everyday life, “life world”, trust, consensus.*