

міжнародних зв'язків та їх культурних координат знання, вміння та навички інформаційно-аналітичної діяльності, інформаційної логістики, культур-адаптаційних технологій створення, передачі, обробки інформації є запорукою формування гармонійних партнерських взаємодій всіх видів інформаційно-сервісних установ (архіви, бібліотеки, інформаційно-адміністративні центри, ЗМІ, тощо).

Не випадково, що під час підготовки фахівців спеціальності 029 «Інформаційна, бібліотечна та архівна справа» навчальна дисципліна «Культурологія» є фундаментом їхньої професійної діяльності. Вона об'єднує діахронічний і синхронічний аспекти сучасної інформаційної культури, синтезує наукові методи щодо досліджень генези, функціонування інформаційних практик у різних культурних традиціях на теоретичному й фактологічному рівнях, формує розуміння культурних і соціальних регуляторів інформаційних процесів, дає уявлення про бар'єри комунікації в культурі, їхні причини, способи подолання. Саме культурологія узагальнює знання й уміння попередніх (відповідно логіки навчання) гуманітарних та історичних дисциплін, і від рівня деталізації окремих інформаційно-сервісних практик піднімається до рівня концептуалізації професійної діяльності.

Усе це забезпечує формування культурологічної свідомості фахівця інформаційної, бібліотечної та архівної справи та розуміння своєї професійної місії як активного суб'єкта загальнокультурних процесів сучасного інформаційного суспільства.

СУЧАСНИЙ ДИСКУРС ПУБЛІЧНОЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ
Васильєва Л. А., доцент кафедри філософії та суспільних наук
Національний аерокосмічний університет ім. М. Є. Жуковського
«Харківський авіаційний інститут»

DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.4554021>

Сучасне суспільство, як надзвичайно складне явище в розумінні сучасних комунікативних процесів, не може розглядатися без уваги до феномену публічності та людини публічної. При цьому, розглядаючи новітні форми публічної комунікації, хотілося б звернути увагу на нове явище сучасного публічного дійства – явище мему (від англ. «meme»), що в демонстративній самобутній формі здатне розкрити самопрезентаційну сутність людини публічної в сучасному публічному дискурсі.

Явище мему повною мірою не досліджене сучасними науковцями, оскільки, на думку багатьох, воно не має доведеного наукового статусу. Крім того, відомо, що поняття «мему» виникає лише наприкінці ХХ ст. і вперше осмислюється як своєрідний «одичний код культури» британським біологом Р. Докінзом, що порівнює його з культурним геном: «Прикладом мемів є мелодії, ідеї, модне слівце чи висловлювання, способи приготування юшки чи споруда арок. Так само як гени розповсюджуються в генофонді, переходячи з одного тіла в інше, меми розповсюджуються в

такому ж сенсі, переходячи від одного мозку до іншого за допомогою процесу, який у широкому значенні може розумітися як імітація» [2, с. 189]. Тут імітація як головна якість самопрезентаційної сутності визначає демонстративну природу мему. Коли «людина не знаходить себе, а втрачає в круговороті новітніх комунікацій, вона наче стає одинокою і покинутою. Намагаючись подолати самотність, людина включається у всякого роду відчужені від її індивідуальності колективи» [4, с. 265]. Така колективістська спільність може здаватися потрібним «подоланням індивідуалізму» чи джерелом видовищної презентації як розважального фактору поведінки масової публіки, що інтенсивно розповсюджує мем. «Спільність – передумова спілкування», в якому є і елемент відокремлення, не тільки через внутрішню групову диференціацію, не тільки через спільність інтересів та діяльність усіх хто спілкується таким чином, але і їх взаємну опозицію та боротьбу» [4, с. 227]. Найвища значущість такого культурного коду полягає в надбудові над цією опозиційністю ціннісних орієнтацій спільності, що пристосовує до життя зовсім нові культурні цінності, які з часом стають загальнозначущими.

Слід також підкреслити, що основними рисами публічності в сучасних умовах є її абсолютна відкритість, фрагментарність та еkleктичність. Сучасне суспільство активно претендує на освоєння нових публічних взаємодій людей, де присутні величезні соціально-культурні прояви ризикової активності, що можуть посилювати агресію, расову, гендерну й релігійну нетерпимість, провокуючи конфліктні реакції та паніку.

Людина в публічній сфері, наповнюючи себе знаками публічності й постійно демонструючи їх, формує постійну взаємодію зовнішнього і внутрішнього, стає невимушеним учасником окремих культурних патернів, а сама її публічність створює своєрідне культурне коло. При цьому людина стає публічною лише тоді, коли має окрему потребу, намір бути демонстративно відкритою для інших, бути перед очима, коли публічність стає емоційно-вольовим поривом людини, її життєвою потребою, пов'язаною з її самоактуалізацією, саморефлексією й самоутвердженням.

Відмітні ознаки стану публічності людини: наявність іманентного середовища внутрішнього світу людини та його прояв у нормах буття; наявність емоційно-вольового імпульсу щодо публічної дії; постійна потреба в повторних публічних реакціях; потреба в постійній самоактуалізації та публічність заради самої публічності, що відкриває в людині властивість «популярної речі».

Таким чином, можна стверджувати, що людина через публічне дійство в сучасному інформаційному просторі розкриває свою самопрезентаційність у ситуації вибору, де публічність набуває форм «штучної одностайності». При цьому істинне духовне в людині публічній утрачає свою значущість, набуваючи прихованих, завуальованих форм.

Тут людське «Я», з одного боку, здатне довести людську діяльність до примітивних шаблонів спілкування, з другого – може канонізуватися, набути форм церемоніалу, ритуалу.

Список використаних джерел:

1. Васильєва Л. А. Людина публічна в культур-комунікативному просторі сучасності. Харків : Мачулін, 2019. 392 с.
2. Докінз Р. Егоїстичний ген. Київ : Клуб сімейного дозвілля, 2017. 540 с.
3. Лысенко Е. Н. Интернет мемы в коммуникации молодежи. Вестник СПбГУ. Социология. 2017. Т. 10. Вып. 4. С. 410–424.
4. Хренов Н. А. Публика в истории культуры. Феномен публики в ракурсе психологии масс. М.: Аграф, 2007. 496 с.
5. Vasylieva L. Brand is a public semantic-symbolic conglomerate of modern communicative space. European Journal of Humanities and Social Sciences, «East West» Association for Advanced Studies and Higher Education GmbH. Vienna, 2017. 1(1). Pp. 44–46.