

ISSN 2312 4342

**Дніпровський національний університет  
імені Олеся Гончара**

**ФІЛОСОФІЯ І  
ПОЛІТОЛОГІЯ  
В КОНТЕКСТІ  
СУЧАСНОЇ КУЛЬТУРИ**

Науковий журнал

**2017**

**Випуск 1 (16)**

Дніпро  
2017

*The author compares ways of these terms using and described each of them. The main feature of desecularization is returning to the pre-modern political and religious relations, reverse enchantment of the world (P. Berger). Concept of postsecularization has differences and the author distinguishes three positions. According to the first, postsecularism interchanges secularism and marks absolutely new stage of religious world (M. King, J. Milbank, A. Kirzhelev). In this context researches talk about «renaissance of religion» as a revival of religion and returning of its influence on social life. Representatives of the second position assert that the postsecularity is an instrument of the secular society, where the necessity in anti-religious ideology disappeared and religion begins to take an active part in society life and in a dialogue on social important topics (J. Habermas). The third position assumes that the view on postsecularization as a new stage is only awareness by Western researchers that secularization occurred not everywhere in the world (D. Uzlaner). The term «intrasecularity» is called up to clarify term «postsecularity»: it must show that the new process runs exactly inside secularization (G. McLennan). The term «postatheism» is necessary for that countries describing, where atheization was a state policy (M. Epshtein). After the long process of atheization Christianity can't regenerate its positions and the phenomenon of «poor religion» (without church, sacral texts, charter etc.) arises. «Postchristianity» in its turn is characterized as spirituality (or religion) without god and in contrary to Christianity. Such spirituality often is a human's attempt to find or create own religion with eclectic features. All these terms are joint by general purpose – they must comprehend changes that are happening nowadays in global religious situation. In author's point of view, it is quite difficult to define the best term of religious situation designating. However, because of accents and peculiarities of each term, they all have heuristic potential.*

**Keywords:** desecularization, postsecularization, intrasecularization, postchristianization, postatheization, «poor religion».

УДК 177+316.77

Дениско П. В.,

кандидат філософських наук, доцент кафедри філософії і  
соціально-політичних дисциплін, Полтавський національний технічний  
університет імені Юрія Кондратюка (Полтава, Україна),  
E-mail: denysko@hotmail.com

## «ЧИСТІ» СТОСУНКИ ТА НОВІ КОМУНІКАЦІЙНІ ТЕХНОЛОГІЇ

**Анотація.** Проаналізовано модель «чистих» стосунків у тлумаченні Ентоні Гідденса та Зигмунта Баумана, а також досліджено реалізацію цієї моделі в опосередкованих цифровими пристроями та комп'ютерами інтеракціях між людьми. Виокремлено додаткові характеристики «чистих» стосунків у таких інтеракціях, і, крім того, по-іншому витлумачено характер людського «Я», задіяного в «чистих» стосунках.

**Ключові слова:** людські стосунки, людська комунікація, комодифікація, «Я», індивідуалізм, нові комунікаційні технології.

Коли на початку 1990-х Ентоні Гідденс сформулював концепцію «чистих» стосунків (*pure relationships*) у книзі «Трансформація інтимності» (1992), він говорив про стосунки між людьми під час безпосередніх інтеракцій, тому в нього й не було прикладів, пов'язаних з інтеракціями, опосередкованими мобільними телефонами та Інтернетом. Однак у сучасному світі ми активно користуємося комп'ютерами, різноманітними комунікаційними «гаджетами» і дивайсами, спілкуючись з іншими на відстані й таким чином підтримуючи стосунки дистанційно. Наші мобільні телефони та смартфони дають нам змогу постійно перебувати на зв'язку з іншими людьми, бути відкритими до дедалі більшої кількості повідомлень і нових електронних контактів.

Згідно з інтеракційною (прагматичною, реляційною) теорією людської комунікації [25, р. 3–4; 26, р. 48, 52–54], засновником якої вважається Грегорі Бейтсон, комунікація між людьми і стосунки щонайтісніше переплетені, оскільки стосунки між людьми виникають, будуються і розриваються лише за допомогою

комунікації. Це означає, що комунікація між людьми має конститутивну природу, бо комунікація конститує, формує стосунки: у нас не виникає стосунків до комунікації з іншими, й лише коли ми комунікуємо одне з одним, тоді ми перебуваємо в стосунках. Саме тому поява нових способів розмови між людьми неодмінно породжує нові форми стосунків, прикладом чого є поява мобільних телефонів та соціальних медіа в Інтернеті, які не просто призвели до виникнення нових специфічних способів комунікації між людьми, а й зумовили появу нових видів стосунків між людьми в сучасному світі. Вчені [15, р. 574] вже звернули увагу на те, що винайдена Гідденсом модель «чистих» стосунків досить влучно характеризує особливості стосунків між сучасними людьми, що постійно комунікують дистанційно завдяки мобільному зв'язку й Інтернету. Тому актуальність концепції Гідденса повною мірою відчувається лише нині. Отже, мета цієї статті полягає в тому, щоб з'ясувати, як модель «чистих» стосунків підходить сучасним людям, що розширюють своє тіло та розум засобом нових комунікаційних дивайсів, і чому ця модель у тлумаченні Гідденса потребує низки уточнень і доповнень.

У «Трансформації інтимності» Гідденса немає чіткого викладу концепції «чистих» стосунків. Читач цієї книги не зможе знайти ні окремого розділу, присвяченого лише «чистим» стосункам, ні бодай приблизного переліку ознак таких стосунків між людьми. Для дослідників це становить труднощі, адже для того, щоб пояснити концепцію «чистих» стосунків у Гідденса, потрібно виловлювати окремі думки по всій книзі й зводити їх до купи. В інтерв'ю Крістоферу Піерсону Ентоні Гідденс [10, р. 124] характеризує «чисті» стосунки як «ідеальний тип». Цей термін належить Максові Веберу й позначає штучну теоретичну конструкцію в розумові дослідника, яка рідко зустрічається в дійсності в точно такому вигляді або й узагалі не зустрічається. Тому, стверджує Гідденс [10, р. 124], «чисті» стосунки насправді значною мірою не «чисті», бо в багатьох ситуаціях усе ще продовжують діяти традиційні форми сім'ї та старі атитюди. Вказівка на «чисті» стосунки як ідеальний тип не лише застерігає від гіпостазування, від спрощеної проєкції цієї теоретичної моделі на будь-які конкретні людські стосунки в дійсності, а й також натякає на те, що набір ознак «чистих» стосунків незавершений і тому його можна змінювати, доповнювати, перетлумачувати, що, власне, я і намагатимусь зробити, сформулювавши дещо іншу версію концепції «чистих» стосунків. Задля цього я скористаюсь не лише «Трансформацією інтимності», а й іншими працями Ентоні Гідденса, в яких він говорив про цей новий тип стосунків між людьми. Книга Зигмунта Баумана «Рідиноподібна любов» (2003) дає змогу поглянути на концепцію «чистих» стосунків під іншим кутом зору і є подальшим розвитком цієї концепції, тому я послуговуватимусь і міркуваннями Баумана.

По-перше, «чисті» стосунки, на думку Гідденса, ґрунтуються на імперативі вільної і відкритої комунікації [13, р. 194], бо учасники таких стосунків практикують саморозкриття (*self-disclosure*) [10, р. 120; 12, р. 121; 13, р. 138–139, 190] і прагнуть знати риси одне одного [13, р. 63]. Гідденс також використовує вираз «емоційна комунікація» [10, р. 119, 124] для того, щоб пояснити характер комунікації між партнерами, пов'язаними «чистими» стосунками. Цей вираз, мабуть, говорить про те, що демонстрація своїх емоцій під час комунікації відіграє тут важливу роль і є істотним компонентом згаданого саморозкриття. Кожен із партнерів розкриває свої емоції перед іншим і цим самим провокує іншого до дзеркального розкриття своїх емоцій. Як наслідок, постає взаємне, симетричне саморозкриття, яке й створює в «чистих» стосунках відчуття психічної близькості (інтимності). Істотним моментом такого саморозкриття, переконаний Гідденс [13, р. 138–139], є ексклюзивний характер особистої інформації, яка розкривається лише цій окремій людині й приховується від сторонніх очей. Важливість відкритої комунікації і саморозкриття в сучасних стосунках знаменує кардинальні зміни в характері стосунків,

оскільки раніше, згідно з Гідденсом [10, р. 124], людські стосунки ґрунтувалися не на емоційній комунікації, а на інституційно визначених гендерних ролях. Як саме слід інтерпретувати відкриту комунікацію і саморозкриття у Гідденса? Це максимальне саморозкриття перед іншим, постійне та пряме вираження своєї суб'єктивності на фасаді (цебто у вербальній та невербальній поведінці) чи радше дозоване, вибіркове, демонстративне саморозкриття, що його індивід прагне контролювати? Мені видається слушним другий варіант інтерпретації, тим паче, що в «Наслідках сучасності» Гідденс [12, р. 118–119] уже порушував питання щирості в дружніх стосунках. У нинішньому суспільстві, вважає британський учений, природа дружби змінилася, бо якщо раніше важливою чеснотою в дружбі була щирість, то тепер ключовою вимогою для друзів стає відкритість і наявність добрих намірів: «Друг – це не той, хто завжди говорить правду, а той, хто захищає емоційний комфорт іншого» [12, р. 119]. Тобто Гідденс протиставляє щирість (*sincerity*) і відкритість (*openness*), а тому поспішно інтерпретувати відкриту комунікацію в «чистих» стосунках як чесність, або щирість, було би цілком хибно. Зрозуміло, що учасники таких стосунків, передусім піклуючись про емоційний комфорт, симетричність у стосунках і демонстративне саморозкриття, ніколи не будуть уповні щирими між собою й обов'язково приховуватимуть свої справжні думки, інтереси, чимало інформації про себе та своє минуле. Для них дотримання моделі «чистих» стосунків означає балансування між Сціллою і Харібдою – між приховуванням своєї суб'єктивності та її відвертим вираженням без гальм, між закритістю та відкритістю, між втаємниченням інформації про себе та її безоглядним розкриттям. Двоє індивідів, що недостатньою мірою практикують саморозкриття або ж не здійснюють його симетрично (один розкриває себе, а інший – ні), не зможуть підтримувати «чистих» стосунків, тож тип їхніх стосунків буде інакшим. Так само непридатною модель «чистих» стосунків буде й для індивідів, що надміру саморозкриваються один перед одним і, можливо, навіть змагаються в саморозкритті, прагнучи перевершити в цьому свого партнера. Це зумовлено тим, що надмірне саморозкриття робить учасника стосунків вразливим (чим більше саморозкриття, тим більша й вразливість), адже інший учасник може скористатися здобутим знанням негідним чином, цебто вчинити щось на шкоду іншому, поводитися нечесно, вдатися до маніпуляції. Як говорить Гідденс, «якщо ти відданий комусь і вельми відкритий йому чи їй, то це також може дати йому чи їй владу над тобою в разі, коли він чи вона вирішать скористатися цим» [10, р. 126–127]. Через те «чисті» стосунки – це неодмінно стосунки з невисокими ризиками, де партнери чинять усе для того, щоб ризики не зростали ні в кількості, ні в інтенсивності, а оскільки відверте й безоглядне саморозкриття є досить ризикованою справою, то партнери по «чистих» стосунках усіяко уникають його. Вони відкриті, але не до кінця, прагнуть знати риси одне одного, але тільки поверхово.

Нові комунікаційні технології створюють виняткові умови для реалізації відкритої комунікації та саморозкриття. Хоча мобільний зв'язок люди нерідко використовують інструментально, передусім для координації дій, проте, як свідчать дослідження [2, с. 330–331; 14, р. 138–140, 143–144; 22, р. 158–159], сучасні люди різних вікових категорій часто телефонують на мобільний своїм родичам, друзям і знайомим або ж надсилають «есемески» не для того, аби серйозно обговорити якісь складні проблеми чи вирішити практичні питання, а щоби просто «побазікати» й попліткувати з людьми, які перебувають на віддалі. Вчені [14, р. 138] також виявили, що під час такого базікання користувачі мобільних телефонів полюбують ще щось робити – пити каву, курити сигарету, працювати за комп'ютером, виконувати дрібну домашню роботу. Не дивно, що подібний відкритий діалог зазвичай виявляється діалогом ні про що: у ньому немає ні визначеної теми (бо співрозмовники швидко перескакують із одного на інше), ні глибокого змісту (бо обговорюється щось вельми конкретне, як-от жарт, пригода, яка з кимось трапи-

лася, певна спортивна подія, й обговорюється найчастіше на рівні подобається/не подобається), а ключову роль відіграє автотелічне базікання та плітки. Це, по суті, фатична комунікація. Ще Р. Якобсон [18, р. 68] вважав, що повідомленнями з домінантною фатичною функцією можуть бути не лише короткі фрази («Ти слухаєш?»), а й, приміром, розгорнутий обмін ритуалізованими формулами та цілі діалоги, єдиною метою яких є продовження комунікації. Саме фатичні діалоги й формують характер того базікання, що його нерідко практикують користувачі мобільних телефонів і смартфонів. Аннет Голба [17, р. 110] розглядає фатичну комунікацію як головний нині жанр повсякденної комунікації між людьми. Фатична комунікація складніша, ніж просто спрямованість на канал комунікації. Хоча вона поверхова, бездумна і зазвичай здійснюється як *small talk* (розмова про такі неважливі дрібниці, як погода, самопочуття, зовнішній вигляд тощо), проте не завжди безцільна, що стає особливо очевидним у випадку пліткування як однієї з форм фатичної комунікації. За допомогою пліткування, вірить Голба [17, р. 111], люди контролюють соціальне конструювання, зберігають соціальні зв'язки, впорядковують інформацію. У цьому пункті Голба та інші вчені продовжують розвивати напрям міркувань, майже століття тому розпочатий Броніславом Малиновським [23, р. 313–316], який звернув увагу на те, що пліткування не вповні безцільне, бо хоча воно й деконтекстуалізоване, проте його можна розглядати як певний вид дії: пліткування створює зв'язки єдності між людьми, атмосферу товарищескості. Щоправда, етичний сенс пліткування негативний, оскільки, перемиваючи кістки іншим людям за їхніми спинами, ми поводимося соціально неввічливо.

Які ще характеристики притаманні тому базіканню, до якого схильні вдаватися сучасні користувачі мобільного зв'язку? Таке базікання у певному сенсі ненаситне, бо учасники обміну фатичними повідомленнями додають нові й нові ланки до ланцюжка повідомлень, не надто переймаючись зв'язністю розмови. У цьому додаванні чогось до вже сказаного, примноженні фраз, відхиленні до інших тем та відкладенні завершення й криється сенс такого типу фатичної комунікації. Індивіди, котрі годинами тереvenять із окремими чи багатьма абонентами, користуючись мобільними телефонами та смартфонами, практикують не безсенсове й пустопорожнє базікання, як могло би здатися при поверховому аналізові. Перебуваючи на віддалі, за допомогою фатичної комунікації вони імпліцитно перепідтверджують свої стосунки й непрямо нагадують, ким вони є одне одному та як вони визначають свої стосунки одне з одним, тобто якої моделі стосунків вони дотримуються. Інтеракційна теорія людської комунікації, акцентуючи на нерозривності змісту комунікації та людських стосунків [28, р. 51–54], дає нам змогу розгледіти в зазначеному базіканні прихований сенс. Через те я не вповні згоден із тлумаченням базікання, що його на основі *das Gerede* Гайдеггера здійснив Паоло Вірно [1, с. 111–115]. На думку італійського філософа, що критикує Гайдеггера, базікання не є бідним і неавтентичним досвідом, адже хоча воно й не має основи та підриває референційне вказування на дійсність, проте разом із цим відкриває продуктивну можливість: «Базікання *перформативне*: слова в ньому визначають факти, події, стани речей» (курсив П. Вірно. – П. Д.) [1, с. 114]. Крім того, як твердить Вірно [1, с. 114–115], маючи на увазі передусім офісних працівників, у сучасному світі базікання безпосередньо пов'язане з працею, тому воно не може вважатися атрибутом часу дозвілля і відпочинку. Все це свідчить про те, що базікання не є цілком автономним і автотелічним. Імплікація в базіканні метакомунікаційного виміру, цебто прихованої комунікації про людські стосунки, теж переконує нас, що автономність і безсенсовість базікання – це лише видимість.

Базікання вельми поширене в соціальних мережах, коментарях і чатах у Інтернеті. Тут зміст повідомлень, на думку Баумана [6, р. 34–35], часто є неважливим, головне – це сам обмін текстовими повідомленнями, але як тільки ти припинив писати чи ставити лайки, то тебе для інших юзерів уже не існує. Інтернет-комунікація має



свої особливості, які сприяють відкритому спілкуванню і саморозкриттю. Якщо «юзери» не послуговуються веб-камерою, то вони невидимі одне для одного й позбавлені можливості сприймати невербальну поведінку, а це дає їм змогу, як вважають учені [29, р. 60], нерідко бути більш відвертими в онлайн-комунікації, ніж вони є у своїх безпосередніх інтеракціях. Комунікацію індивідів, які значно ліпше виражають себе в Інтернеті, ніж під час інтеракцій віч-на-віч, дослідники характеризують терміном «гіперперсональна комунікація» [29, р. 89]. Однак, слід зауважити, що невидимість і фізична відокремленість одних «юзерів» спонукає до активного саморозкриття в онлайн-комунікації, а інших – до брехливої самопрезентації, ідеалізованої самопрезентації, анонімної самопрезентації, цебто до явного самоприховування. Отже, річ тут не в самому носіїв інформації (Інтернеті) та його особливостях, а радше в наших способах користування цим носієм. Істотна риса віртуальної самопрезентації [19, р. 65–79; 29, р. 56–67] – це високий рівень контролю індивіда над її здійсненням, що дає йому змогу конструювати свою онлайн-ідентичність на власний розсуд, мати декілька чи навіть багато онлайн-ідентичностей. У повсякденному житті контроль над самопрезентацією під час безпосередніх інтеракцій є набагато нижчим, бо індивід не має часу на обдумування своїх відповідей, не може простежити за всіма численними аспектами своєї невербальної поведінки та за конгруентністю вербальної та невербальної поведінки. Високий контроль над віртуальною самопрезентацією передбачає також і розвинений контроль над саморозкриттям у Інтернеті. Користувачі соціальних медіа в Інтернеті мають змогу практикувати вибіркове саморозкриття, уникаючи крайнощів, й таким чином створювати «чисті» стосунки, адже саме дозволене, контрольоване саморозкриття, як я намагаюся довести, є важливим компонентом такого типу людських стосунків. Соціальні медіа – це ідеальний майданчик для поширення та домінування «чистих» стосунків.

По-друге, згідно з Гідденсом [13, р. 58, 63], індивіди вступають у «чисті» стосунки й підтримують їх заради вигоди та задоволення від цих стосунків. Вигода й задоволення тут повинні бути достатніми та обопільними – це головна умова того, що «чисті» стосунки триватимуть і надалі. Характерно, що й у цьому пункті також, як і в попередньому, «чисті» стосунки дотримуються патерну симетричності: партнери віддзеркалюють поведінку один одного, поводяться схожим чином. Прагнення вигоди означає, що «чисті» стосунки мають утилітарну спрямованість, проте вони не редукуються лише до неї, а тому партнери в таких стосунках одночасно є одне для одного і засобом, і метою. Питання задоволення від «чистих» стосунків у Гідденса лишилося невирішеним, адже є різні типи задоволення, а в Гідденса це якесь абстрактне, цілком невизначене задоволення. Природно, що Зигмунт Бауман [6, р. 11–15, 70–71, 74–76; 7, р. 160–165] береться більш повно розтлумачити цей момент. Він пише про те, що нині люди розглядають стосунки і партнерство як інвестицію, яка має давати прибуток, як товар для споживання, як бізнес-транзакцію, тому для нього «чисті» стосунки – це *комодифіковані* стосунки, і в ролі товару вони мають викликати миттєве гедоністичне задоволення і бути корисними, а інакше їх вважають неякісним товаром, якого слід чимшвидше позбутися. Бауман [6, р. 90] також звертає увагу на те, що в «чистих» стосунках партнери не лише сприймають одне одного як джерело задоволення, а і як об'єкт нових задовольень у майбутньому. Через те вони здатні без вагань припинити ті стосунки, які вже втратили свій потенціал майбутніх задовольень і пригод. На противагу Бауману Гідденс явно не визнає комодифікованого характеру «чистих» стосунків, бо коли інтерв'юєр [10, р. 121] зауважив, що зворотним боком таких стосунків є загроза їхньої комодифікації, то Гідденс жодним чином це не прокоментував і почав говорити про рівність у стосунках.

Сказане привертає увагу до питання залежності людських стосунків від суспільства. Чи залежать стосунки між людьми від навколишнього

соціокультурного середовища? І якщо так, то як саме виявляється така залежність? Інтеракційна теорія людської комунікації [26, р. 47–53] стверджує, що людські стосунки нерозривно пов'язані не тільки з безпосереднім контекстом (тією конкретною ситуацією, в якій здійснюється інтеракція) і тим, як люди комунікують у цьому специфічному контексті та що вони разом роблять, а й із ширшим контекстом – певним соціокультурним середовищем, яке також впливає на ситуативне конструювання стосунків. Вплив середовища полягає в тому, що спільнота людей із цього середовища є носієм соціокультурного репертуару правил і категорій, на основі яких відбувається комунікація між людьми, а оскільки стосунки не існують поза комунікацією, то стосунки (як і значення повідомлень та людське «Я») завжди спільно створюються людьми під впливом соціокультурного репертуару та конкретного моменту інтеракції.

Проблема Гідденса в тому, що він сфокусований винятково на процесах демократизації особистого життя, приватної сфери і людських стосунків. Через те він не приймає жодного іншого впливу сучасного суспільства на людські стосунки й не визнає комодифікованого характеру «чистих» стосунків. У Гідденса «чисті» стосунки справді пов'язані з сучасним західним суспільством, проте такий зв'язок у нього виявляється лише як вплив західної демократії на свободу побудови стосунків, які нині звільнилися від колишніх інституційних обмежень і стали рівними та демократичними. У контексті інтеракційної теорії людської комунікації інтерпретація «чистих» стосунків у Баумана набагато продуктивніша, ніж у Гідденса, оскільки Бауман аналізує проникнення споживацьких патернів у людські стосунки, колонізацію ринком і споживацтвом царини стосунків між людьми, а споживацькі патерни нині – це той ключовий компонент сучасного соціокультурного репертуару, що його не можна ігнорувати, адже ми живемо в гіперспоживацькому суспільстві, де індивіди звикли систематично аплікувати споживацькі патерни не лише до матеріальних товарів, а й до нематеріальних сутностей. Бауман [6, р. 45] не випадково іменує «чисті» стосунки оксимороном, бо, на його думку, людські стосунки схильні заповнювати всі (навіть найвіддаленіші) закартки *Lebenswelt*'у, а тому як невід'ємна частина суспільства стосунки принципово не можуть бути «чистими».

Мобільний зв'язок та Інтернет дають нам змогу створити значну кількість корисних електронних контактів, про які вельми зручно згадувати тоді, коли інша людина може вам чимось допомогти або щось корисне порадити. У соціальних медіа (соціальних мережах, блогах, форумах в Інтернеті) «юзери» зазвичай хвалять чи підтримують інших тільки для того, аби й самим навзаєм отримати похвалу або підтримку. А в соціальних мережах у Інтернеті «юзери» не просто спілкуються, а постійно й інтенсивно обмінюються різними видами цифрового контенту (фотографіями, відео, електронними книгами, музичними треками, гіперпосиланнями), стаючи партнерами по споживанню і граючи роль активних споживачів інформації, що заповнюють своє дозвілля таким типом споживацтва й розвинули в собі окремий апетит до візуальних зображень. Ці приклади свідчать про те, що нині завдяки комп'ютерам та цифровим «дивайсам» люди створюють і підтримують дистанційні, віртуальні стосунки, в яких орієнтація на вигоду й невідкладне гедоністичне задоволення відіграють істотну роль. Такі віртуальні стосунки, опосередковані новими комунікаційними технологіями, реалізують модель «чистих» стосунків ще більшою мірою, ніж стосунки в комунікації вічна-віч. Споживацтво у віртуальних стосунках постає не тільки експліцитно, коли учасники таких стосунків перетворюються на партнерів по відокремленому споживанню однакового цифрового контенту, а й імпліцитно – як непомітне проникнення споживацьких патернів у самі стосунки, що добре ілюструє типове серед користувачів соціальних мереж активне змагання за увагу інших, уже досліджене вченими [3, с. 198–201]. У соціальних мережах «юзери» зазвичай завантажують

чималу кількість інформації про себе та своє приватне життя (передусім фото й відео), постійно збільшують кількість «френдів» і прагнуть, щоб їхні пости здобували якомога більше «лайків», переглядів, «моментів». Інакше кажучи, «юзери» тут демонструють себе як привабливий медійний товар, вони рекламують себе, конкуруючи з собі подібними. Для них соціальна мережа – це ринок, де себе треба просувати в боротьбі за попит, робити себе максимально видимим для потенційних споживачів. Зрозуміло, що персональна ідентичність у таких користувачів соціальних мереж має форму комодифікованого «Я», а їхні стосунки з «френдами» схильні відтворювати модель комодифікованих стосунків.

По-третє, як вважає Гідденс [10, р. 126; 13, р. 137], кожен із партнерів може розірвати «чисті» стосунки будь-якої миті, оскільки рівень відданості (*commitment*) у цих стосунках є низьким. Стосунки з високим рівнем прив'язаності до іншої людини нерідко завершуються серйозною психічною травмою, тому сучасні люди, підтримуючи одне з одним «чисті» стосунки, менше ризикують, про що вже мовилося раніше, бо в такий спосіб вони вбезпечують себе від майбутніх ризиків, пов'язаних зі стосунками. Іншими словами, «чисті» стосунки за своєю суттю є поверховими, слабкими, крихкими стосунками, які розриваються при найменшому дискомфорті чи труднощах. У таких видах близьких стосунків, як дружба чи кохання, неминучими є суперечки, періоди кризи, явні чи приховані конфлікти, невдоволення чимось, однак партнери в «чистих» стосунках не налаштовані за будь-яку ціну долати всі тертя і повсякчас іти на компроміс, особливо коли декілька проблем у стосунках нашаровуються одна на одну. Для них стосунки не передбачають важкої роботи, надмірних затрат часу і зусиль, зайвих негативних переживань, а тому як тільки вони починають сприймати стосунки з іншою людиною як баласт або ж як черевики, що зносилися, то одразу ж прагнуть їх позбутися, не намагаючись спільно розв'язати проблеми, що-небудь змінити в стосунках і врешті-решт їх зберегти. Це також можна пояснити на основі характеру зв'язку стосунків із майбутнім. Відданість (*commitment*) і довіра (*trust*) – це істотні, внутрішньо притаманні будь-яким людським стосункам компоненти, які обов'язково імплікують певну орієнтацію стосунків на майбутнє. Якщо відданість у стосунках [28, р. 51–52] – це дотримання певного типу (визначення, моделі) стосунків під час комунікації з іншими, а також зобов'язання зберігати цей тип стосунків і надалі, то довіра [4, с. 80–83; 16, р. 17–18, 29–31] – це позитивне очікування того, що в майбутньому інша людина буде діяти у ваших інтересах і не поведеться з вами нечесно та негідно. Стосунки з високим рівнем відданості та довіри неминуче проєктують довготривалу перспективу стосунків у майбутньому й позитивно забарвлюють таке майбутнє, хоч, може, насправді такі стосунки й не триватимуть надто довго, проте здебільшого така проєкція майбуття згодом таки справджується, оскільки вона діє як пророцтво, яке здійснюється лишень тому, що його проголосили. А ось стосунки з низьким рівнем відданості та довіри проєктують себе тільки на найближче майбутнє. Саме такими і є «чисті» стосунки: це стосунки *hic et nunc*, стосунки без далекої перспективи, в яких проєкція майбутнього невизначена, а її характер передає формула «поживемо – побачимо». Так, на противагу колишній романтичній любові, що ґрунтувалася на високому рівні відданості закоханих і прагнула бути любов'ю назавжди, до кінця життя, сучасна конфлюентна любов, згідно з Гідденсом [13, р. 61–62], репродукує модель «чистих» стосунків, тому не передбачає ні «назавжди» (*for ever*), ні «ти такий лише один» чи «ти така лише одна» (*one and only*).

На думку Кеннета Гергена [9, р. 203–204], сучасні комунікаційні технології активно підштовхують людей вступати в значну кількість стосунків і разом із цим руйнують міцні зв'язки між людьми, схилиючи їх до поверхових стосунків зі слабкою відданістю. Як відомо, ініціювати віртуальні зв'язки в соціальних медіа набагато легше, ніж у реальності, однак і розірвати їх, позбувшись колишніх



«френдів», теж набагато легше. На дзвінок неприємної вам людини можна не відповідати або ж швидко завершити його на своєму мобільному чи смартфоні одним коротким порухом пальця, у такий спосіб натякнувши іншій людині чи на своє невдоволення стосунками, чи на їхній розрив. У цьому контексті Бауман [6, р. 62] навіть говорить про нову легкість у розриванні електронних контактів.

Взагалі-то, Гідденс [13, р. 138–139] прямо не каже, що в «чистих» стосунках рівень довіри неодмінно низький. Він прагне лише довести, що в таких стосунках довіра розвивається на ґрунті саморозкриття: партнери практикують обопільне саморозкриття, і це стимулює їх довіряти один одному. Або, як твердить Гідденс [12, р. 121] у іншій книзі, довіра в стосунках перетворюється на проект, над яким учасники працюють, реалізуючи взаємне саморозкриття. Тобто початково довіри як такої немає, однак із часом її можна «напрацювати». Дивно, чому Гідденс вважає це винятковою особливістю «чистих» стосунків, адже поступове формування довіри в людських стосунках, яка не виникає миттєво й автоматично, а також кореляція між рівнем довіри та рівнем саморозкриття, є загальним правилом безвідносно до моделі стосунків. На мою думку, рівень довіри в «чистих» стосунках не може бути високим, що зумовлено не лише поверховістю і крихкістю цих стосунків та невизначеною проекцією майбутнього, а й іншими факторами, на які слід вказати. Окремі дослідники довіри [4, с. 409–423; 16, р. 1–14] давно говорять, що ми живемо в епоху тотальної недовіри: колеги по роботі, керівники та підлеглі, чоловіки та жінки недовіряють одне одному, як недовіряють і громадяни – політикам, одні народи – іншим народам, споживачі – виробникам товарів, глядачі й читачі – засобам мас-медіа. Сучасне західне суспільство – це суспільство недовіри, в якому співпраця між людьми розладналася, і саме в такому суспільстві тільки й могла виникнути та поширитися модель «чистих» стосунків. Хоча можна назвати цілу низку чинників, внаслідок яких довіра нині занепадає, проте передусім слід звернути увагу на мережеву організацію сучасного західного суспільства, яка спонукає до недовіри, що вже аналізував Рассел Гардін [16, р. 8–9, 13–14]. У суспільстві мереж індивіди постійно змушені вступати в інтеракції (як безпосередні, так і опосередковані новими комунікаційними технологіями) з багатьма людьми, яких вони не знають, а тому недовіра тут – це звичне ставлення. Користувачі соціальних медіа в Інтернеті зазвичай не знайомі в повсякденному житті, а під час своїх віртуальних інтеракцій, на чому я вже акцентував у попередніх прикладах, фізично відокремлені й невидимі (якщо тільки не послуговуються веб-камерою). Через це їм надзвичайно складно зрозуміти, наскільки щирими та правдивими з ними є їхні партнери по онлайн-інтеракціях. Віртуальне «Я» може цілком збігатися з актуальним «Я», частково збігатися або взагалі не збігатися. Щоб користувач міг порівняти віртуальне та актуальне «Я» іншого, він мусить знати цього індивіда за безпосередніми інтеракціями в повсякденному житті. Без такого попереднього знання віртуальне «Я» іншого для користувача – це непроникний, непрозорий мур, що цілком приховує актуальне «Я» іншого, це «істина в останній інстанції», яка вже не істина, а лише фікція. За таких обставин у соціальних медіа в Інтернеті між користувачами неодмінно домінуватимуть недовіра, відсутність довіри (нейтральний стан між довірою і недовірою) та слабка довіра, бо для того, щоб довіряти іншій людині, потрібно її знати, передусім знати її інтенції та мотиви, а довіряти людині, яку не знаєш, у край складно. Дослідники [5, р. 81] згадують історію офіцера армії США на ім'я Кессем Сале, який по електронній пошті «крутив» віртуальні романи з п'ятдесятьма (!) жінками одночасно, підчепивши їх на сайті знайомств. Цікаво, що в реальному житті цей чоловік мав законну дружину, а тому він обманював і її, і п'ятдесят інших жінок, які, звісно, не знали про існування одна одної. Цей приклад не тільки демонструє, як особливості Інтернет-комунікації сприяють успішному обману, а й свідчить про появу нового феномена в сучасному світі – віртуальної зради.

По-четверте, твердить Гідденс [10, р. 119, 125–126; 13, р. 188–190], «чисті» стосунки – це рівні й демократичні стосунки, в яких немає примусу, адже партнери прагнуть зберегти свою автономію, цебто свободу дії, мислення і вибору. Це означає, що партнери ніколи не роблять значних «інвестицій» у свої «чисті» стосунки: не вдаються до надмірної взаємодопомоги, глибоко не співчують, не в повній мірі довіряють, не відчувають активної відповідальності за іншу людину, не йдуть на жертви тощо, бо все це є загрозою для їхньої автономії і може зробити їх психічно залежними від інших, що здається їм неприпустимим. Партнери рівні, але їхні «Я» відокремлені, взаємодіють разом, однак зберігають психічну дистанцію один щодо одного. Така важлива характеристика «чистих» стосунків свідчить про те, що вони тісно зрощені з сучасним індивідуалізмом. Саме тому в таких стосунках ніколи не будуть визначальними буття разом, результати спільної праці, розчинення «Я» в «Ти», а ключова роль натомість належатиме самоздійсненню, саморозкриттю, самореалізації, власному задоволенню.

Нині завдяки комп'ютерам та іншим сучасним комунікаційним «дивайсам» ми не лише комунікуємо синхронно та асинхронно на відстані, а й підтримуємо стосунки на відстані, що інтенсивно підживлює наше відчуття своєї автономії, адже хоча наша особиста мережа зв'язків завдяки «дивайсам» завжди разом із нами, проте в соціальних мережах у дійсності ми відокремлені, бо живемо у фрагментованому світі й не маємо змоги регулярно комунікувати віч-на-віч, а тому змушені підтримувати стосунки між собою за допомогою мобільного зв'язку та Інтернету. Цю важливу особливість учені називають «мережевим індивідуалізмом» [2, с. 329]. Вона свідчить про те, що сучасні соціальні мережі в дійсності [24, р. 17], спираючись на нові комунікаційні технології, розосереджені в просторі й нещільні на відміну від колишніх спільнот, прив'язаних до певної локальності й щільно з'єднаних. Віртуальні стосунки між користувачами соціальних медіа в Інтернеті чітко відтворюють модель демократичних стосунків, в яких учасники автономні, оскільки розосереджені й відокремлені у фізичному просторі. А те, як сучасні люди під час безпосередніх інтеракцій з іншими часто відволікаються на свої «дивайси», є прикладом того, як можна бути разом і водночас окремо. Західні вчені для цього поширеного нині явища мають два ярлики – це «відсутня присутність» (*absent presence*) і «самотні разом» (*alone together*). Шеррі Теркл [27, р. 122–124] характеризує це відволікання на комунікаційні «дивайси» в публічних місцях чи під час розмови віч-на-віч з іншими як нову форму соціальності. Це не лише заважає користувачам дивайсів рефлексивно й емпатійно реагувати на вербальну і невербальну поведінку індивідів, котрі фізично перебувають поруч, а й свідчить про важливість для сучасних людей орієнтації на віртуальних інших, яким віддається перевага, про необхідність миттєвого відгуку на електронні повідомлення, нехай і ціною втрати уважності (інтересу, емпатії) до свого фізичного співрозмовника.

По-п'яте, згідно з Гідденсом [13, р. 192], «чисті» стосунки – це контракт, що завжди відкритий для переговорів. Це означає, що партнери тут керують своїми стосунками і можуть домовлятися стосовно будь-якого аспекту стосунків, перетворивши будь-що на частину їхнього контракту. Тому в «чистих» стосунках немає раз і назавжди визначених правил гри: вони будуть такими, якими їх встановлять партнери, і діятимуть доти, доки партнери їх не переглянуть і не змінять так, як їм зручно та вигідно. Як бачиться, вживання терміну «контракт» стосовно «чистих» стосунків передбачає значно більше, ніж говорить Гідденс: входження ринкових патернів, звичних для капіталістичного суспільства, в царину людських стосунків. Контрактна модель стосунків, що її на прикладі мешканців США кінця 1980-х ретельно дослідив Роберт Н. Белла [8, р. 373–374], означає не тільки угоду між рівними та автономними індивідами, подібними до суверенних держав. Це також модель, згідно з якою індивіди раціонально калькулюють свої стосунки з іншими в термінах витрат і прибутків: стосунки мають бути «прибутковими»

ми» для учасників, цебто викликати насолоду, задовольняти потреби кожної зі сторін, сприяти самоздійсненню. Визначальним тут, вважає Белла [8, р. 374], є принцип «даю–отримую» (*giving–getting*), який вимагає від партнерів щось давати один одному і щось неодмінно отримувати навзаєм, тому вони постійно вдаються до рефлексії над цим. Якщо ти багато даєш, але мало отримуєш – стосунки слід розірвати. Якщо ти можеш отримати в інших (нових) стосунках більше – то старим стосункам кладеться край. Іншими словами, характер таких стосунків визначає орієнтація на вигоду та пов'язана з нею раціональна калькуляція (інструментальна раціональність). Це вкотре підтверджує комодифіковану природу «чистих» стосунків, яку я вже аналізував у цій статті, спираючись на Баумана.

Непростим видається питання персональної ідентичності учасників «чистих» стосунків, оскільки Гідденс майже цілком його проігнорував, що є істотним недоліком його концепції. Єдина деталь, яку можна збагнути в Гідденса [13, р. 189], полягає в тому, що ці стосунки пов'язані з рефлексійним проектом «Я», під яким він [11, р. 75] має на увазі те, що індивід активно конструює своє «Я» (персональну ідентичність) і завдяки цьому розуміє його. Партнери керують своїми «чистими» стосунками, перебудовують їх на власний розсуд і одночасно практикують рефлексію над ними. Так само вони керують і конструюванням свого «Я», разом із цим здійснюючи саморефлексію. Для Гідденса це взаємопов'язані процеси. Проблема ж у тім, що в Гідденса [11, р. 75–80] «Я» хоча й активно конструюється і має наративний характер, проте є цілісним, зв'язним, інтегрованим. Це той пункт, у якому я категорично не згоден із Гідденсом. Те, що важливою рисою наративу є зв'язність (*coherence*), аж ніяк не означає, що «Я», маючи наративну природу, також мусить бути зв'язним. У постмодерному стилі «Я» слід тлумачити як набір різних, суперечливих, конфліктних наративів про себе, де кожен із цих наративів може бути зв'язним, однак усі разом вони не утворюють жодної цілісності чи системи. Скотт Леш [21, р. ix] говорить, що в сучасних індивідів бриколажні біографії, бо вони не володіють достатньою рефлексійною дистанцією щодо себе, а тому й не здатні конструювати лінійні біографії. Леш [21, р. ix–x] переконаний, що сучасне «Я» не рефлексійне (*reflective*), а радше рефлекторне (*reflexive*), оскільки на розумову рефлексію в нього немає ні часу, ні простору, а ось миттєві реакції дають змогу жити у світі швидкості та блискавичного прийняття рішень.

Мені здається, що цілком заперечувати саморефлексійність сучасного «Я» так, як це робить Скотт Леш, усе ж не варто. Разом із тим, міркування Леша почасти слушне. Гадаю, що в сучасних індивідів, пов'язаних «чистими» стосунками безпосередньо та опосередковано (за допомогою цифрових «дивайсів» і комп'ютерів), «Я» володіє саморефлексією, але ця саморефлексія змінила свій характер: вона стала миттєвою, вельми спрощеною й спрямованою не на прихований внутрішній вимір самого «Я», як це було раніше у випадку картезіанського та кантіанського «Я», а на зовнішню реалізацію «Я» – на своє тіло, зовнішність, одяг і весь особистий фасад (як реальний, так і віртуальний). Іншими словами, «Я» в сучасних індивідів – це отілеснене, екстерналізоване «Я», в якого немає автономного інтер'єру, а тому воно по суті спустошене. Індивіди з екстерналізованим «Я» одержимі своїм фасадом та фасадом інших: вони постійно естетизують свій особистий фасад, змінюють його й також естетично оцінюють фасад інших. Їхня саморефлексійність уже не когнітивна, як це було в Гідденса і Бека, а естетична, як слушно вказували Скотт Леш і Джон Уррі [20, р. 32, 44–47].

В учасників «чистих» стосунків «Я» неодмінно має бути фрагментарним і децентрованим. Це постмодерне «Я» за своєю суттю. У сучасному суспільстві індивіди використовують модель «чистих» стосунків не разом із одним партнером, а разом із багатьма реальними та віртуальними партнерами, і з кожним із них воникладають контракт по-іншому, потім переписують його по-іншому, а тому в різних стосунках їхнє «Я» змінює свою конфігурацію, перебудовується під інший

контракт. Це говорить про гнучкість такого «Я», його нестабільність, залежність від безпосереднього контексту, а також про те, що воно спустошене, бо не має автентичного визначення себе (істинного «Я») і змушене з різними партнерами ситуативно винаходити різні визначення себе, різні Я-концепції, реалізуючи їх за допомогою свого особистого фасаду (реального та віртуального).

Отже, на основі праць Ентоні Гідденса я виокремив п'ять головних рис «чистих» стосунків і спробував дослідити, як кожна з цих рис виявляється в опосередкованих новими комунікаційними технологіями інтеракціях між людьми. Загалом модель «чистих» стосунків влучно характеризує такі опосередковані інтеракції й діє в них навіть більш чітко, ніж у безпосередніх інтеракціях. Однак, як з'ясувалося, окремі риси таких стосунків реалізуються в опосередкованих інтеракціях не зовсім так, як їх тлумачив Гідденс. Наприклад, вільна та відкрита комунікація у користувачів мобільного зв'язку та соціальних медіа в Інтернеті нерідко набуває форми фатичної комунікації (базікання і пліткування), а саморозкриття зазвичай є вибіркоким. Також у тих, хто за допомогою «дивайсів» і комп'ютерів підтримує «чисті» стосунки дистанційно, яскравіше проступає комодифікований характер їхніх стосунків, які невід'ємні від орієнтації на вигоду, раціональної калькуляції та миттєвого гедоністичного задоволення. Задіяною тут є і комодифікація людського «Я». Крім того, у «чистих» стосунках рівень довіри принципово не може бути високим, що добре ілюструють онлайн-інтеракції між «юзерами», якщо тільки вони не знайомі в повсякденному житті й не послуговуються веб-камерою. А ще стосунки користувачів цифрових «дивайсів» і комп'ютерів пов'язані з мережевим індивідуалізмом та «самотністю разом». Особливої критики заслуговує Гідденсове ігнорування проблеми «Я» в «чистих» стосунках. Таке «Я» не цілісне й зв'язне, а радше фрагментарне, нестабільне, ситуативне, позбавлене глибини, екстерналізоване (отілеснене). Йому властива естетична саморефлексійність.

#### БІБЛІОГРАФІЧНІ ПОСИЛАННЯ:

1. Вирно П. Грамматика множества. К анализу форм современной жизни; [пер. с итал. А. Петровой]. – М. : Ад Маргинем Пресс, 2013. – 176 с.
2. Урри Дж. Мобильности; [пер. с англ. А. Лазарева]. – М. : Праксис, 2012. – 576 с.
3. Штайншаден Я. Социальная сеть. Феномен Facebook; [пер. с немец. Н. Фрейман]. – СПб. : Питер, 2011. – 224 с.
4. Штомпка П. Доверие – основа общества; [пер. с польск. Н. Морозовой]. – М. : Логос, 2012. – 440 с.
5. Albright J. M. How do I love thee and thee: self-presentation, deception, and multiple relationships online // Online Matchmaking / [edited by M. T. Whitty, A. J. Baker, and J. A. Inman]. – New York, NY : Palgrave Macmillan, 2007. – P. 81–93.
6. Bauman Z. Liquid Love: On the Frailty of Human Bonds. – Cambridge : Polity Press, 2003. – 164 p.
7. Bauman Z. Liquid Modernity. – Cambridge : Polity Press, 2000. – 228 p.
8. Bellah R. N. The quest for the self: individualism, morality, politics // Interpretive Social Science. A Second Look / [edited by P. Rabinow and W. M. Sullivan]. – Los Angeles, CA : University of California Press, 1987. – P. 365–383.
9. Gergen K. J. The self in the age of information // The Washington Quarterly, 2000, Vol. 23, No. 1, P. 201–214.
10. Giddens A., Pierson C. Conversations with Anthony Giddens: Making Sense of Modernity. – Cambridge : Polity Press, 1998. – 234 p.
11. Giddens A. Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age. – Stanford, CA : Stanford University Press, 1991. – 264 p.
12. Giddens A. The Consequences of Modernity. – Cambridge : Polity Press, 1990. – 188 p.
13. Giddens A. The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies. – Stanford, CA : Stanford University Press, 1992. – 214 p.
14. Gillard P., Wale K., Bow A. The friendly phone // Wired-Up: Young People and the Electronic Media / [edited by S. Howard]. – London : UCL Press, 1998. – P. 134–151.
15. Hardey M. Life beyond the screen: embodiment and identity through the internet //



Sociological Review, 2002, Vol. 50, Issue 4, P. 570–585.

16. Hardin R. Trust. – Cambridge : Polity Press, 2006. – 206 p.
17. Holba A. Philosophical Leisure: Recuperative Practice for Human Communication. – Milwaukee, WI : Marquette University Press, 2007. – 200 p.
18. Jacobson R. Linguistics and poetics // Language in Literature. – Cambridge, MA : The Belknap Press of Harvard University Press, 1987. – P. 62–94.
19. Jordan T. Cyberpower: The Culture and Politics of Cyberspace and the Internet. – London : Routledge, 1999. – 256 p.
20. Lash S., Urry J. Economies of Signs and Space. – London : SAGE, 1994. – 362 p.
21. Lash S. Individualization in a non-linear mode // Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences / Ulrich Beck, Elisabeth Beck-Gernsheim. – London : SAGE, 2002. – P. vii–xiii.
22. Ling R., Yttri B. Hyper-coordination via mobile phones in Norway // Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance / [edited by J. E. Katz and M. A. Aakhus]. – Cambridge : Cambridge University Press, 2004. – P. 139–169.
23. Malinowski B. The problem of meaning in primitive languages // The Meaning of Meaning. A Study of the Influence of Language upon Thought and of the Science of Symbolism / C. K. Ogden, I. A. Richards. – New York, NY : Harcourt, Brace & World, 1923. – P. 296–336.
24. Mitchell W. J. Me++ : The Cyborg Self and the Networked City. – Cambridge, MA : MIT Press, 2003. – 260 p.
25. Rogers L. E., Escudero V. Theoretical foundations // Relational Communication: An Interactional Perspective to the Study of Process and Form / [edited by L. E. Rogers and V. Escudero]. – Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 2004. – P. 3–21.
26. Sigman S. J. Relationships and communication: a social communication and strongly consequential view // The meaning of “relationship” in interpersonal communication / [edited by R. L. Conville and L. E. Rogers]. – Westport, CT: Praeger, 1998. – P. 47–67.
27. Turkle S. Always-on/always-on-you: the tethered self // Handbook of Mobile Communication Studies / [edited by J. E. Katz]. – Cambridge, MA : MIT Press, 2008. – P. 121–137.
28. Watzlawick P., Beavin J. H., Jackson D. D. Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes. – New York, NY : W. W. Norton & Company, 1967. – 288 p.
29. Wood A. F., Smith J. M. Online Communication: Linking Technology, Identity, and Culture. 2nd edition. – Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 2005. – 246 p.

#### REFERENCES:

1. Virno P. Grammatika mnozhestva. K analizu form sovremennoy zhizni [Grammar of the multitude. To the analysis of contemporary forms of life]; [per. s ital. A. Petrovoy]. – M. : Ad Marginem Press, 2013. – 176 s.
2. Urri Dzh. Mobil'nosti [Mobility]; [per. s angl. A. Lazareva]. – M. : Praxis, 2012. – 576 s.
3. Shtaynshaden Ya. Sotsial'naya set'. Fenomen Facebook [Social network. The phenomenon of Facebook]; [per. s nemets. N. Freyman]. – SPb. : Piter, 2011. – 224 s.
4. Shtompka P. Doverie – osnova obshchestva [A Trust – based society]; [per. s pol'sk. N. Morozovoy]. – M. : Logos, 2012. – 440 s.
5. Albright J. M. How do I love thee and thee and thee: self-presentation, deception, and multiple relationships online // Online Matchmaking / [edited by M. T. Whitty, A. J. Baker, and J. A. Inman]. – New York, NY : Palgrave Macmillan, 2007. – P. 81–93.
6. Bauman Z. Liquid Love: On the Frailty of Human Bonds. – Cambridge : Polity Press, 2003. – 164 p.
7. Bauman Z. Liquid Modernity. – Cambridge : Polity Press, 2000. – 228 p.
8. Bellah R. N. The quest for the self: individualism, morality, politics // Interpretive Social Science. A Second Look / [edited by P. Rabinow and W. M. Sullivan]. – Los Angeles, CA : University of California Press, 1987. – P. 365–383.
9. Gergen K. J. The self in the age of information // The Washington Quarterly, 2000, Vol. 23, No. 1, P. 201–214.
10. Giddens A., Pierson C. Conversations with Anthony Giddens: Making Sense of Modernity. – Cambridge : Polity Press, 1998. – 234 p.
11. Giddens A. Modernity and Self-Identity: Self and Society in the Late Modern Age. –



Stanford, CA : Stanford University Press, 1991. – 264 p.

12. Giddens A. The Consequences of Modernity. – Cambridge : Polity Press, 1990. – 188 p.

13. Giddens A. The Transformation of Intimacy: Sexuality, Love and Eroticism in Modern Societies. – Stanford, CA : Stanford University Press, 1992. – 214 p.

14. Gillard P., Wale K., Bow A. The friendly phone // *Wired-Up: Young People and the Electronic Media* / [edited by S. Howard]. – London : UCL Press, 1998. – P. 134–151.

15. Hardey M. Life beyond the screen: embodiment and identity through the internet // *Sociological Review*, 2002, Vol. 50, Issue 4, P. 570–585.

16. Hardin R. Trust. – Cambridge : Polity Press, 2006. – 206 p.

17. Holba A. Philosophical Leisure: Recuperative Practice for Human Communication. – Milwaukee, WI : Marquette University Press, 2007. – 200 p.

18. Jacobson R. Linguistics and poetics // *Language in Literature*. – Cambridge, MA : The Belknap Press of Harvard University Press, 1987. – P. 62–94.

19. Jordan T. Cyberpower: The Culture and Politics of Cyberspace and the Internet. – London : Routledge, 1999. – 256 p.

20. Lash S., Urry J. Economies of Signs and Space. – London : SAGE, 1994. – 362 p.

21. Lash S. Individualization in a non-linear mode // *Individualization: Institutionalized Individualism and its Social and Political Consequences* / Ulrich Beck, Elisabeth Beck-Gernsheim. – London : SAGE, 2002. – P. vii–xiii.

22. Ling R., Yttri B. Hyper-coordination via mobile phones in Norway // *Perpetual Contact: Mobile Communication, Private Talk, Public Performance* / [edited by J. E. Katz and M. A. Aakhus]. – Cambridge : Cambridge University Press, 2004. – P. 139–169.

23. Malinowski B. The problem of meaning in primitive languages // *The Meaning of Meaning. A Study of the Influence of Language upon Thought and of the Science of Symbolism* / C. K. Ogden, I. A. Richards. – New York, NY : Harcourt, Brace & World, 1923. – P. 296–336.

24. Mitchell W. J. Me++ : The Cyborg Self and the Networked City. – Cambridge, MA : MIT Press, 2003. – 260 p.

25. Rogers L. E., Escudero V. Theoretical foundations // *Relational Communication: An Interactional Perspective to the Study of Process and Form* [edited by L. E. Rogers and V. Escudero]. – Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 2004. – P. 3–21.

26. Sigman S. J. Relationships and communication: a social communication and strongly consequential view // *The meaning of “relationship” in interpersonal communication* [edited by R. L. Conville and L. E. Rogers]. – Westport, CT: Praeger, 1998. – P. 47–67.

27. Turkle S. Always-on/always-on-you: the tethered self // *Handbook of Mobile Communication Studies* [edited by J. E. Katz]. – Cambridge, MA : MIT Press, 2008. – P. 121–137.

28. Watzlawick P., Beavin J. H., Jackson D. D. Pragmatics of Human Communication: A Study of Interactional Patterns, Pathologies, and Paradoxes. – New York, NY : W. W. Norton & Company, 1967. – 288 p.

29. Wood A. F., Smith J. M. Online Communication: Linking Technology, Identity, and Culture. 2nd edition. – Mahwah, NJ : Lawrence Erlbaum Associates, 2005. – 246 p.

**Дениско П. В.**, кандидат философских наук, доцент кафедры философии и социально-политических дисциплин, Полтавский национальный технический университет имени Юрия Кондратюка (Полтава, Украина), E-mail: denysko@hotmail.com.

**«Чистые» отношения и новые коммуникационные технологии.**

**Аннотация.** *Анализируется модель «чистых» отношений в интерпретации Энтони Гидденса и Зигмунта Баумана, а также исследуется реализация этой модели в опосредованных цифровыми дивайсами и компьютерами интеракциях между людьми. Выделены дополнительные характеристики «чистых» отношений в таких интеракциях, и, кроме того, по-другому истолкован характер человеческого «Я», участвующего в «чистых» отношениях.*

**Ключевые слова:** *человеческие отношения, человеческая коммуникация, коммодификация, «Я», индивидуализм, новые коммуникационные технологии.*

**Denysko P.**, PhD in Philosophical Sciences, associate professor of the Department of Philosophy, Social and Political Studies, Poltava National Technical Yurii Kondratiuk University (Poltava, Ukraine), E-mail: denysko@hotmail.com.

**«Pure» relationships and new communication technologies.**

**Abstract.** In «The Transformation of Intimacy» (1992), Anthony Giddens wrote about pure relationship in the course of immediate interactions between people. But nowadays we are actively engaged in mediated communication via computers and various devices. The purpose of this article is to apply the model of pure relationships to contemporary individuals who distantly maintain their relationships and always stay connected. On this basis I slightly modify the model of pure relationships. First, free and open communication of mobile telephone users and Internet users often takes form of phatic communication when they chat and gossip with each other. I also deem that self-disclosure in pure relationships must be partial and selective. The features of online communication stimulate users to disclose themselves in a controlled and demonstrative way. Second, the pure relationships of those who remotely communicate via computers and digital devices are more clearly commodified, that is, oriented towards benefit and instant hedonistic pleasure, involve rational calculation (instrumental rationality). Individuals using social media on the Internet usually present themselves online as attractive products, advertise themselves and compete with others for the amount of attention. This means that the personal identity of those who have commodified relationships is also commodified, because the nexus of human relationships and self is inseparable, as it was stressed by Gregory Bateson and his followers. Third, the level of trust in pure relationships can only be low. Online interactions are good examples of low trust and the absence of trust if users do not know each other in their everyday life. Fourth, the pure relationships in mediated communication are joined with networked individualism, while the pure relationships in immediate interactions are frequently combined with absent presence. Fifth, the self in pure relationships is not a coherent and integrated whole, as it seems to Giddens, but rather fragmented, unstable and context-dependent set of commodified and externalized self-definitions.

**Keywords:** human relationships, human communication, commodification, self, individualism, new communication technologies.

УДК 1:316.3+1:141.319.8

**Чернієнко О. В.,**

аспірантка кафедри філософії

Національного аерокосмічного університету  
(Харків, Україна), E-mail: ochernienko88@mail.ru

**ВІЗУАЛЬНІ ОБРАЗИ ІДЕНТИЧНОСТІ: МОДА І СТИЛЬ**

**Анотація.** Анотація. Розглянуто проблему соціальної категоризації в естетичному вимірі функціонування суспільства. Показана діалектика процесів ідентичності та ідентифікації чуттєвого рівня становлення особистості. Осмислено значення моди і стилю у формуванні сучасної ідентичності соціального суб'єкта. Стверджується актуальність теоретичного осмислення сучасного дизайну ідентичності особистості.

**Ключові слова:** візуальність, композиція, імпровізація, ідентичність, ідентифікація, естетика, тілесність, мода, стиль, дизайн, смак, декор, уніформа, естетизм.

**Мода проходить, стиль залишається.**

**Коко Шанель**

**Постановка проблеми.** «Хто я?» – головне світоглядне питання процесу виробництва персональної та соціальної категоризації – ідентичності та ідентифікації. Історія людей – одвічний пошук «правильних» відповідей по заданій проблемі. Тут наша сучасність проголошує і демонструє світоглядний плюралізм. Актуальним вважається осмислення значення Естетичного (естетичної діяльності в її різних формах) у формуванні самопрезентації особистості (її міфотворчості).

**Ступінь розробленості проблеми.** Теоретичним осмисленням естетизації процесів соціальної категоризації займаються багато дослідників. Вкажемо деякі, на наш погляд, достойні уваги роботи західних авторів: Арнхейм Р. «Мистецтво і візуальне сприйняття» (1974), Барт Р. «Система Моди. Статті з семіотики культу-