

16. The order of transfer of film, video, photo, sound documents for permanent storage, approved by the Order of the Ministry of Justice of Ukraine dated 07/19/2016 № 1962/5. Retrieved from <http://zakon.rada.gov.ua>. [in Ukrainian].

17. Ukrainian language. Encyclopedia (2000). Kyiv: Ukrainska entsyklopediia [in Ukrainian].

18. Plotnytska, I.M. (2008). Business Ukrainian language. Tutorial. Kyiv: Tsentr uchbovoi literatury [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 06.08.2021
Отримано після доопрацювання 19.09.2021
Прийнято до друку 23.10.2021

УДК 316.77

DOI 10.32461/2409-9805.4.2021.249328

Цитування:

Вощенко В. Ю., Денисовець І. В., Вдовіна О. О. Інформаційні засоби відображення повсякденності в індивідуальній свідомості на тлі постмодерної реальності. Бібліотекознавство. Документознавство. Інформологія. 2021. № 4. Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка». С. 84–89.

Voshchenko V., Denysovets I, Vdovina O. (2021). Everyday life information means while reflecting in the individual consciousness on postmodern reality background. Library science. Record Studies. Informology. 4, 84–89 [in Ukrainian].

Вощенко Вікторія Юрївна,
кандидат філософських наук,
доцент кафедри українознавства, культури
та документознавства
Національного університету «Полтавська політехніка
імені Юрія Кондратюка»
vikavosenko@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-2498-5580>

Денисовець Ірина Вікторівна,
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри українознавства, культури та документознавства
Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
denysovets.ira@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1424-1652>

Вдовіна Олена Олександрівна,
кандидат наук з соціальних комунікацій,
доцент кафедри українознавства, культури та документознавства
Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка»
svitljahok@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-3770-125X>

ІНФОРМАЦІЙНІ ЗАСОБИ ВІДОБРАЖЕННЯ ПОВСЯКДЕННОСТІ В ІНДИВІДУАЛЬНІЙ СВДОМОСТІ НА ТЛІ ПОСТМОДЕРНОЇ РЕАЛЬНОСТІ

Метою роботи є детальний аналіз інформаційних засобів відображення об'єктивної реальності в індивідуальній свідомості в умовах постмодерного суспільства. **Методологія** дослідження ґрунтується на застосуванні діяльнісного, системного, соціокультурного підходів, а також методів порівняльного та термінологічного аналізу. **Новизна** роботи полягає у тому, що досліджено засоби відображення повсякденної реальності в індивідуальній свідомості. Проаналізовано механізми впливу інформаційних технологій масової комунікації на суспільну ідентичність, стиль життя та культуру загалом. Доведено, що важливу роль у процесі усвідомлення об'єктивної реальності відіграють такі соціокультурні явища, як постфольклор, ритуалізація, міфологізація, енігматичні розповіді. Обґрунтовано, що свідомість особистості знаходиться в тотальному просторі, створеному засобами масової комунікації, а тому

сприйняття повсякденної реальності відбувається під впливом інформаційних технологій. Значну роль у сучасному суспільстві відіграють процеси демасифікації повсякденного життя, які породжують плюралізм та розмаїття думок; розважальність і гумор є головними факторами в маніпулюванні індивідуальною та суспільною свідомістю. **Висновки.** Постмодерна реальність зумовлює виникнення та розвиток таких явищ повсякденності, які перетворюються на важливий засіб впливу на суспільну, й особливо, на індивідуальну свідомість. Повсякденне життя за допомогою засобів масових комунікацій відображається як образ дійсності в мозку індивіда, усвідомлюється й відтворюється як суб'єктивна реальність. Наукові розвідки у цьому напрямі завжди будуть актуальними, оскільки повсякденність у сучасному постмодерному суспільстві є важливим специфічним джерелом розвитку суспільства, простором зустрічі філософії, психології, соціальних комунікацій та культури. У своїх подальших дослідженнях ми плануємо детальніше вивчити вплив постфольклору на свідомість особистості в умовах постмодерної реальності.

Ключові слова: повсякденність, індивідуальна свідомість, енігматичні наративи, міфологізація, ритуалізація, постфольклор, постмодернізм, демасифікація.

Voshchenko Viktoriia,

PhD in Philosophy,

Associate Professor at Department of Ukrainian Studies, Culture and Documentation,
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

Denysovets Iryna,

PhD in Philology,

Associate Professor at Department of Ukrainian Studies, Culture and Documentation,
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

Vdovina Olena,

Ph.D. in Social Communication

Associate Professor at Department of Ukrainian Studies, Culture and Documentation,
National University «Yuri Kondratyuk Poltava Polytechnic»

EVERYDAY LIFE INFORMATION MEANS WHILE REFLECTING IN THE INDIVIDUAL CONSCIOUSNESS ON POSTMODERN REALITY BACKGROUND

The purpose of the article is a detailed analysis of information means of reflecting objective reality, in an individual consciousness in a postmodern society. The methodology is based on the use of activity, systemic, socio-cultural approaches, as well as methods of comparative and terminological analysis. The scientific novelty of work is that the means of reflecting everyday reality in the individual consciousness are investigated. Mechanisms of influence of information technologies of mass communication on social identity, lifestyle, and culture, in general, are analyzed. It has been proved that social and cultural phenomena such as post-folklore, ritualization, mythology, enigmatic narratives play an important role in the process of awareness of objective reality. It is justified that the consciousness of the individual is in a total space created by mass communication, and therefore the perception of everyday reality occurs under the influence of information technologies. A significant role in modern society is played by the processes of demassification of everyday life, which generate pluralism and a variety of thoughts; entertainment and humor are the main factors in the manipulation of individual and social consciousness. Conclusions. Postmodern reality determines the emergence and development of such phenomena of everyday life, which turn into an important means of influencing the social, and especially the individual consciousness. Everyday life through means of mass communication is reflected as an image of reality in the individual's brain, is realized and reproduced as a subjective reality. Scientific exploration in this area will always be relevant since everyday life in modern postmodern society is an important specific source of society development, the meeting space of philosophy, psychology, social communications, and culture. In our further research, we plan to study in more detail the impact of post-folklore on the consciousness of the individual in postmodern reality.

Keywords: subjective reality, everyday life, enigmatic narratives, mythologization, ritualization, post-folklore, postmodernism, demassification.

Актуальність теми дослідження. Проблема повсякденності набула важливого значення саме у добу постмодернізму та полягає у розумінні зв'язків між суспільною структурою й тим, як індивіди конструюють та відтворюють соціальну реальність. Вирішальну роль при цьому відіграють інформаційні технології, які використовують ЗМК, інтернет-простір та соціальні мережі. Процеси інформатизації впливають на людину такими засобами, які трансформують сприйняття реальності повсякденного життя. З огляду на це, дослідження інформаційних засобів відображення навколишньої дійсності в суспільній та індивідуальній свідомості є на сьогодні актуальною науковою проблемою.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Повсякденність як один з об'єктів сучасних досліджень привертає увагу багатьох науковців. По-перше, у феномені повсякденності виокремлюють різні об'єкти, що торкаються того чи іншого її аспекту або ракурсу, по-друге, – розглядають повсякденну реальність на тлі інтерпретації центральних соціальних понять і проблем. Питання осмислення повсякденності як об'єкту соціального аналізу є складовою частиною загальної наукової дискусії.

Французький соціолог П. Бурдьє акцентував на тому, що предмети пізнання мають бути сконструйовані, а не просто пасивно відображені у свідомості. Дослідник використовує поняття «габітус» як продукт минулого, який створює індивідуальні та колективні практики, відповідно до схем, породжених історією. Габітус забезпечує активну присутність досвіду, який у формі схем сприйняття, мислення та дій забезпечує постійність, однаковість практичних операцій в часі [1].

Н. Луман у роботі «Реальність мас-медіа» зазначав про значну роль засобів масової комунікації в житті постмодерного суспільства, оскільки всі знання про історію, суспільство та природу людина отримує за допомогою масмедіа [4, 42].

Серед сучасних вітчизняних дослідників філософське осмислення повсякденності знаходимо у роботах Івана Карпенка. Науковець наголошував, що повсякденність можна розуміти як одне з просторово-часових вимірювань історії, відкрити темпоральну струк-

туру, що знаходиться в умовах постійних змін [3, 60].

Ми узагальнимо різні наукові позиції щодо конструювання образів повсякденності в індивідуальній свідомості через призму постмодерної реальності, яка привернула увагу до архаїки, постфольклору, баналізації й технологізації образів тощо.

Мета статті полягає в детальній аналізі інформаційних засобів відображення об'єктивної реальності, в індивідуальній свідомості в умовах постмодерного суспільства. Вважаємо, що для реалізації мети потребує визначення ролі повсякденності у формуванні постмодерної суспільної свідомості, а також осмислення її впливу на формування індивідуальної свідомості.

Виклад основного матеріалу. Людина існує не в світі, про який вона має якусь інформацію, а, навпаки, вона перебуває у просторі, що утворений інформацією. У такому контексті особливо актуальним є питання про технології виробництва інформаційних масивів, конструювання та моделювання інформаційних потоків.

Об'єктивна реальність сприймається індивідом на суб'єктивному рівні, проте надзвичайно важливу роль у цьому процесі відіграють явища, які ми можемо вважати засобами відображення повсякденності в індивідуальній свідомості. Тому спочатку потрібно проаналізувати інноваційні «механізми» соціально-комунікативної взаємодії та їхній вплив на розвиток суспільства загалом та особистості зокрема.

Сприйняття та усвідомлення об'єктивної реальності П. Бурдьє пояснював за допомогою поняття «габітус». Означене французьким мислителем явище як сформована система конструктивних схем уможливорює вільне продукування будь-яких думок, сприйняття та дій в межах, що притаманні умовам існування певного габітусу. Структура, продуктом якої є габітус, керує практикою, але не механістично-детерміністським шляхом, а через примуси та обмеження, початково визначені його винахідливістю. Враховуючи нескінченну, проте, разом із тим, суворо обмежену творчу здатність габітусу, складно уявити, що він прагне подолати звичайні протилежності, які нас зазвичай обмежують: детермінізм і свобода.

да, шаблонність і творчість, свідомість і несвідоме, індивід та суспільство. Оскільки габітус є нескінченною здатністю вільно (але під контролем) породжувати думки, сприйняття, прояв почуттів, дії, а продукти габітусу завжди лімітовані історичними та соціальними умовами його формування, то надана ним свобода є умовною та не дозволяє ані створення чогось кардинально нового, ані простого механічного відтворення існуючого [1].

Сприйняття повсякденності в добу постмодернізму виходить за межі раціоналізму і знаходить свій прояв у підсвідомому «зачаруванні світом», що є наслідком інформаційного впливу на суспільну та індивідуальну свідомість засобів масової комунікації. Технологіями відображення реальності є такі явища як міфологізація (для маніпулювання на підсвідомому рівні), ритуалізація (для зміни форми поведінки особистості), постфольклор (письмовий та мережевий фольклор, що існує як «третя культура»), енігматичні наративи (загадкові розповіді), що породжені медіареальністю.

Н. Луман наголошував, що знання про світ створюють і відтворюють масмедіа: суспільство ніби інформує себе про себе. Новини та репортажі, реклама й розваги найбільш безпосередньо слугують відображенню реальності [4, 93].

Реальність подається ЗМК у такий спосіб, який викликає відчуття необхідності її врівноваження. Опис суспільства, представлений у новинах і репортажах, не є єдиним ефективним. Як реклама, так і розваги сприяють цьому саме через посередництво індивідуальних установок і готовності до комунікації, тобто непрямими засобами. Рекламування охоплює багато предметів, маж безліч адресатів і створює враження, що існує щось краще та гарніше, ніж те, що здатен отримати індивід [4, 67].

Масмедійна розважальність здатна непрямым способом впливати на те, що конструюється у вигляді реальності. Три програмні галузі – новини/репортажі, реклама, розваги – масмедіа реалізують одночасно за допомогою різноманітних засобів конструювання повсякденної реальності, що ускладнює розуміння цілісного ефекту, обумовленого масмедійною

системою. У процесі створення інформації ЗМК породжують певну невизначеність, яка потребує нових відомостей. Масмедіа підвищують схильність суспільства до роздратування і тим самим поліпшують здатність до перероблення інформації [4, 95].

Сучасне інформаційне суспільство можна розуміти як електронне, візуальне, в якому зображення важливіше, ніж слово, а велику роль відіграють образи, створені телебаченням та мережею Інтернет. Так, аналізуючи питання трансформації людської свідомості під впливом сучасних засобів масової комунікації, І. Победоносцева зазначає, що світосприйняття в добу постмодернізму найбільш адекватно відтворюється за допомогою телебачення, проте розуміння навколишнього світу при цьому є фрагментарним, позбавленим цілісності, колажним, з розмитими межами між теперішнім, минулим і майбутнім, позбавленим сенсу дій та оцінок. На думку дослідниці, телебачення є простором, де існує логіка ілюзії (міфи, легенди, казки, мрії). Людина знаходиться в оточенні образів, які «зачаровують» своєю привабливістю, успішністю, але є далекими від дійсності [5].

Дієвим засобом відображення повсякденності в суспільній та індивідуальній свідомості є енігматичні наративи, які відображають реальність у формі загадкових розповідей, що містять якусь таємницю та існують у вигляді псевдознання про «містичні всемогутні сили». Енігматичні наративи (розповіді) підвищують увагу до медіаконтенту, оскільки мають вплив на свідомість.

Складно переоцінити в контексті осмислення повсякденності роль постфольклору, який вважається «третьою культурою» (містить ознаки масової культури) в порівнянні з елітарною та народною формами. Це специфічний засіб відображення та сприйняття навколишнього світу, що існує переважно в усній, письмовій та мережевій інтерпретації. Для постфольклору характерні такі риси, як динамічність, мінливість, запозичення фрагментів давніх текстів, наявність підтексту, розгалужена тематика, поліфункціональність. В комунікативному просторі повсякденного життя та інтернету він існує у вигляді анекдотів, пліток, чуток, графіті, мемів, демотивато-

рів, «гіфок» тощо. Постфольклор на сьогодні є звичним явищем повсякденного життя, перетворившись на урбанізований прояв фольклорної традиції в умовах розвитку засобів масової комунікації.

Розвиток постмодерного суспільства супроводжує процес демасифікації (термін Е. Тоффлера), який має на меті досягнення плюралізму думок, смаків, напрямів і позицій. Проте в сучасному світі це явище перетинається зі створенням масових інформаційних продуктів. Удосконалення соціально-комунікаційних технологій в умовах постмодерної реальності знаходиться поряд із запозиченням частин текстів, злиттям жанрів, дифузією новинної, приватної й наукової інформації.

Окрім цього, масмедіа продукують «сакральний образ» у рамках комунікативного ритуалу, в якому постають «величні оратори» й великі актори (науково-популярні фільми про теорію «великого вибуху», про світ без людей, про ядерну зиму та постапокаліпсис тощо). Так «сакральна» реальність з онтологічного статусу переходить в особистісне переживання, яке стає відбивається на сприйнятті повсякденності. Саме в епоху постмодернізму виникає таке поняття, як «культура повсякдення», яка втілює образи й смаки, сконструйовані засобами масової комунікації.

Очевидно, що реальна повсякденність та образи, створені ЗМІ, мають багато спільних рис. Важливе місце в цьому контексті посідають телевізійні методики впливів на глядача, які М. Бурмака розподілила на постійні та тимчасові. До постійних належать такі: надмірна вираженість якоїсь якості в образі ведучого; гумор; особисте звернення або вибірково-адресна робота; загадкова незавершеність повідомлення; стереотипність та відповідність еталону; краса й привабливість; навіювання. Методиками тимчасового впливу є провокація, шок, негатив, гра з кольором і формою, кодові знаки. З позиції психології масової комунікації програма телебачення вважається якісною, якщо вона має свою глядацьку аудиторію, яка сприймає як форму, такі зміст телепередачі. Ефект популярності полягає в тому, що між автором і глядачем виникає єдиний емоційний простір спілкування, який нівелює посередництво ЗМІ» [2, 15]. Повсяк-

денне життя сучасної людини тісно переплете з інформаційним простором телебачення та Інтернету, через посередництво яких у свідомості конструюються образи реального світу.

На сьогодні повсякденність повністю занурена в медіатизоване поле, що спричинює проникнення соціопсихологічних технологій в усі сфери суспільства. Людину все більше захоплює гра, перформанс, ритуалізація в ЗМК, а медіатизована культура повсякденності впливає на ідентичність, стиль життя та культуру загалом. Характеризуючи соціокультурну парадигму епохи постмодерної реальності, Ф. Уебстер наголошував, що в інформаційному суспільстві панують гедоністичні настрої, егоцентризм і скептичне ставлення до будь-яких «вічних істин», глузування, а іноді й вороже ставлення до авторитетів, захоплення модними новинками, прагнення до незвичних відчуттів, схильність до іронії, стилізації та поверховості [6,20].

Наукова новизна полягає у тому, що досліджено засоби відображення повсякденної реальності в індивідуальній свідомості. Проаналізовано механізми впливу інформаційних технологій масової комунікації на суспільну ідентичність, стиль життя та культуру загалом. Доведено, що важливу роль у процесі усвідомлення об'єктивної реальності відіграють такі соціокультурні явища, як постфольклор, ритуалізація, міфологізація, енігматичні розповіді. Обґрунтовано, що свідомість особистості знаходиться в тотальному просторі, створеному засобами масової комунікації, а тому сприйняття повсякденної реальності відбувається під впливом інформаційних технологій. Значну роль у сучасному суспільстві відіграють процеси демасифікації повсякденного життя, які породжують плюралізм та розмаїття думок; розважальність і гумор є головними факторами в маніпулюванні індивідуальною та суспільною свідомістю.

Висновки. Отже, постмодерна реальність зумовлює виникнення та розвиток таких явищ повсякденності, які перетворюються на важливий засіб впливу на суспільну, й особливо, на індивідуальну свідомість. Повсякденне життя за допомогою засобів масових комунікацій відображається як образ дійсності в мозку індивіда, усвідомлюється й відтворюється

як суб'єктивна реальність. Наукові розвідки у цьому напрямі завжди будуть актуальними, оскільки повсякденність у сучасному постмодерному суспільстві є важливим специфічним джерелом розвитку суспільства, простором зустрічі філософії, психології, соціальних комунікацій та культури. У своїх подальших дослідженнях ми плануємо детальніше вивчити вплив постфольклору на свідомість особистості в умовах постмодерної реальності.

Список використаних джерел

1. Bourdieu P. Le Sens pratique. Actes de la recherche en sciences sociales. №2, 1976. pp. 43-86. URL: https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1976_num_2_1_3383 (дата звернення 2.09.2021).
2. Бурмака М. *Технологія створення контактної телевізійної програми в контексті українського телебачення*: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. філол. наук: спец. 10.01.08. Київ, 2004. 20 с.
3. Карпенко І. Філософія і світ повсякденності. *Філософські обрії*. № 22. 2009. С.59-71.
4. Луман Н. Реальність мас-медіа. / за ред. В. Іванова та М. Мінакова. Київ: ЦВП, 2010.158 с.
5. Побєдоносцева І. *Телевізійний дискурс у культурному просторі постмодернізму*: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. мистецтвознав. наук: спец. 17.00.04 Київ. URL: <http://referatu.net.ua/referats/7569/161315> (дата звернення 2.09.2021).
6. Маруховський О.О. Скептично-критичний аналіз концепцій інформаційного суспільства (за Ф. Уєбстером). Наукові записки. Політичні науки. 2005. №45. С. 17-22. URL: <http://surl.li/aiyjs> (дата звернення 2.09.2021).

References

1. Bourdieu, P. (1976). Sens pratique. Actes de la recherche en sciences sociales. Retrieved from https://www.persee.fr/doc/arss_0335-5322_1976_num_2_1_3383 [in French].
2. Burmaka, M. (2004). *Technology of creating a contact television program in the context of Ukrainian television*: author's. ref. dis. for the degree of PhD in Philology. Kyiv, 2004 [in Ukrainian].
3. Karpenko, I. (2009). Philosophy and the world of everyday life. *Philosophical horizons*, 22. 2009. P. 59-71 [In Ukrainian].
4. Luman N. (2005). The reality of the mass-media. Kyiv, CVP. 158 p. [in Ukrainian].
5. Pobyedonosceva, I. (2005). *Television discourse in the cultural space of postmodernism*: author's. dis. for the degree of PhD in Art. Kyiv. Retrieved from URL: <http://referatu.net.ua/referats/7569/161315> [in Ukrainian].
6. Marukhovsky, O. (2005). Skeptical-critical analysis of information society concepts (by F. Webster). Proceedings. Political science. 2005.45. P. 17-22. URL: <http://surl.li/aiyjs> [in Ukrainian].

Стаття надійшла до редакції 06.09.2021
Отримано після доопрацювання 19.10.2021
Прийнято до друку 23.11.2021