

УДК572

doi: 10.32620/gch.2018.2.06

Васильєва Л. А.

ІСТОРИКО-АНТРОПОЛОГІЧНА ПАРАДИГМА ОСМИСЛЕННЯ ФЕНОМЕНА ПУБЛІЧНОСТІ

У статті досліджено основні історичні етапи становлення феномена публічності й осмислено його антропологічні прояви. Розкрито плеяду наявних теоретичних досліджень явища публічності й проаналізовано її вплив на людську природу через соціально-політичні умови окремих формацій суспільства.

Ключові слова: публічність, історична парадигма, людина публічна, спорадичність, комунікація, соціальне буття, цінності.

The article considers the main historical stages of the formation of a publicity phenomenon and reflects its certain forms. Besides, a plethora of existing theoretical studies of the publicity phenomenon in the historical, sociological, political, and philosophical sciences is revealed.

Keywords: publicity, historical paradigm, public man, sporadicity, communication, social being, values.

В статье исследуются основные исторические этапы становления феномена публичности и осмысляются его антропологические проявления. Раскрывается плеяда существующих теоретических исследований явления публичности и анализируется ее влияние на человеческую природу через социально-политические условия отдельных формаций общества.

Ключевые слова: публичность, историческая парадигма, человек публичный, спорадичность, коммуникация, социальное бытие, ценности.

Публічність – феномен суперечливий і багатовимірний, що існував поряд із людиною завжди й усюди, але залежно від конкретної історичної епохи виділялися окремі форми прояву цього складного соціального явища. Крім того, поняття публічності належить до достатньо неоднозначних, але широко вживаних й повсякчас проблематизованих концептів соціогуманітарного дискурсу, оскільки воно є частиною таких складних феноменів, як, наприклад, політика, суспільство, комунікація, соматичне буття людини тощо. Очевидно, що й межі розуміння поняття публічності розмиваються, модифікуються й змінюються в методологічних пошуках сучасного соціогуманітарного, філософського знання, набуваючи нових значень.

Метою статті є дослідження феномена публічності в історико-антропологічній ретроспективі.

Дискусії щодо поняття публічності йдуть уже кілька століть, було кілька спроб визначити його: спочатку з погляду співвідношення суспільного / приватного в соціальному житті, а потім як політичний, а пізніше – комунікативний феномен. Однак не можна не враховувати, що в науковій літературі замало цілісних наукових досліджень поняття публічності як універсального феномена сучасності. Крім того,

поверхово й частково розкрито його антропологічну, онтологічну, гносеологічну природу, місце й роль «людини публічної» в соціальній реальності. Наукові праці мають фрагментарний характер, орієнтуються повсякчас на окремі функції прояву означеного феномена та його характеристики. Так, наприклад, основний фокус сучасних досліджень спрямований на різні форми прояву феномена публічності – від комунікативної складової до визначення соціокультурних меж його політичного, соціального адепта в суспільстві. Серед дослідників цієї проблематики слід назвати соціологів і філософів Ф. Ар'єса, М. Вебера, М. Девіса, Р. Дойча, К. Леві-Стросса, В. Ліппмана, В. Парето, Р. Сеннета, Н. Фрейзера. Крім того, явище публічності осмислено в роботах Г. Беккера, у концепції «політичної спільноти» А. де Токвіля, у теорії «символічного поділу простору соціальної взаємодії» Е. Гофмана, у концепції публічності як спілкування Й. Гейзінги, у теорії «закритих і відкритих публічних / приватних просторів» Ф. Тенніса, у межах прогендерного підходу Ц. Розалдо, марксистського фемінізму та в «економічній теорії демократії» Е. Даунса. Теоретичні дослідження феномена публічності набувають особливого значення поряд із уже відомими концептами «публічна сфера» й «публічний простір». Вони найчастіше описують характеристики певної сфери соціально-громадського життя в контексті бінарної позиції «публічне» – «приватне», підґрунтям чого є роботи Г. Арендт, С. Бенхабіб, Д. Буню, Дж. Вайнтрауба, Д. Вольтона, Ю. Габермаса, Дж. Ван Дейка.

На сьогодні дослідження публічності через антропологічну складову є одним із новітніх напрямків вітчизняної філософської науки (М. Бубер, М. Гайдегер, Е. Гуссерль, А. Камю, Г. Маркузе, Е. Муньє, Е. Фромм). Тут у центрі уваги перебувають перш за все питання, що визначають місце й роль людини в публічній сфері, сфері використання цього явища в публічно-приватній діяльності людини, а також питання, пов'язані з визначенням ролі публічності в становленні й розвитку інформаційного суспільства, значущості публічної комунікації в становленні глобальної культури, ціннісно-оцінних пріоритетів як окремої людини, так і цілих поколінь. Саме це сприяло перекладу проблематики публічності зі сфери наукового знання економіки, права, політології, соціології та ін. у сферу антропологічної філософії.

Термін «публічність» походить від латинського слова *publicus* й означає відкриту масову аудиторію, яка зацікавлена в спільному інтересі. Але, будучи сам по собі теоретично малодослідженим, феномен публічності нерозривно пов'язаний із такими вже відомими концептами, як «публічна сфера», «публічний простір», «суспільний інтерес», «правлячі сили», «політична еліта». Найчастіше цей феномен описує особливості певної сфери громадського життя в контексті бінарної позиції «публічне» – «приватне».

Звернемося до його історичної складової й зазначимо, що з давніх часів людина прагнула знайти найкращі форми міжособистісного існування, створити універсальні інструменти людського порозуміння, задовольняючи якнайбільше своїх потреб через окремі прагнення й бажання. Інша річ, що не завжди ці форми мали компромісний, ненасильницький, добродійний, толерантний і відкритий характер. Найчастіше все

було навпаки. Люди, які були наділені владними повноваженнями і які могли змінювати соціально-політичний устрій суспільства, демонструвати мудрі й зважені рішення взаємоіснування в соціумі, використовували аж ніяк не перспективно-толерантні методи. Це була сила, що мала проявлятися в безмежній владі однієї людини, це було уособлення поглядів, що межувало з абсурдністю в ухваленні рішень, і це була безмежна жага матеріальних цінностей, що мала принести безмежне щастя земному існуванню, яке можливе лише гіпотетично: «Щастя – це задоволення обґрунтоване, тоді ейфорія паралітика залишиться поза сферою щастя, як задоволення, яке не має обґрунтування» [11, с. 46].

Кожна історична епоха по-своєму уявляла феномен публічності в соціумі й прояв ідентичності людини публічної в ній. Так, видатні філософи Античності, зокрема Арістотель у «Політиці» та Платон у «Державі», говорячи про суспільство як про державу, ототожнювали громадянина саме з поняттям публічної людини в «ідеальній державі». При цьому така публічність мала організовуватися саме заради суспільного добра. На думку Арістотеля, людина сама по собі несамодостатня, вона може бути лише частиною цілого й тільки в державі, соціумі стає сама собою, адже «первинною за природою є держава порівняно з родиною і кожним із нас» [1, с. 329].

Важливо, перш ніж говорити про початкові спорадичні форми прояву публічності, пригадати кініків ікінізм – одну з найвідоміших і найзначніших давньогрецьких сократівських філософських шкіл IV ст. до н. е. Кініки були послідовниками Антисфена, одного з учнів Сократа, який, на противагу тому ж Платону, засуджував поділ людей на панів і рабів, проповідуючи аскетизм, природність. Антисфен стверджував, що для досягнення загального добра людині слід жити «подібно собаці», поєднуючи в собі простоту життя, дотримання своєї природи, презирство до умовностей, вміння твердо обстоювати свій спосіб життя [6]. Такий крайній прояв первинної публічності дуже наближений до сучасного її гіпертрофованого уявлення, у якому сучасна людина для власного престижу й самопроекції готова до повного виходу із зони інтимності й приватності, до нескінченної особистої присутності навіть через утрату проявів пристойності або через наближення до її крайніх форм.

Оцінюючи внесок давніх мислителів у розвиток поняття публічності людини в соціумі, не слід забувати й про софістів (від грец. *sophistes* – умілець, мудрець), які своєю ораторською практикою доводили, що людина публічна в соціумі насамперед має орієнтуватися на площину діалогу або особистісний публічний дискурс. Найповніше сутність поглядів софістів висловив Протагор, якому й належить відома теза: «Людина є мірилом усіх речей: наявним – у тому, що вони існують, і ненаявним у тому, що вони не існують» [3, с. 52].

Древньогрецькі вчені розглядали мистецтво ведення діалогу з позиції діалектичної публічної бесіди й софістської суперечки. Софісти майстерно використовували слово, уважали його могутнім засобом впливу на свідомість кожної окремої людини. Цю думку підтверджує вислів софіста Георгія: «Слово – великий володар, що наділений доволі малим і майже непомітним тілом, здійснює дивовижні справи. Бо воно може і постраху нагнати, і печаль знищити, і радістю сповнити, і

співчуття пробудити... А сила переконання, якою наділене слово, і душа формує, як захоче... зі словесних змагань на народних зборах, у яких одна промова майстерно складена, але не відповідає істині, подобається народній масі й переконує її» [7, с. 3]. Саме софісти зробили значний внесок у розвиток теорії й практики промов, розробивши правила складання монологу, ведення діалогу й полеміки, побудови доказів та евристичні прийоми, що ґрунтувались на логічних і мовних засадах, що повсякчас використовується в сьогоденних техніках публічного виступу людини публічної.

Критика софістів Сократом поклала початок публічному дискурсу – маєвтиці, метою якої був пошук істини. Як відомо, маєвтика – оригінальна методика ведення дискусії, у якій розкривається мистецтво витягувати з людини правильне приховане знання завдяки майстерно й правильно поставленим навідним запитанням. Такий метод дозволяв здобувати нові знання не в готовому вигляді, а шляхом спільних роздумів і всебічного обговорення актуальних тем. Не випадково Платон, учень Сократа, складав свої твори саме у формі діалогу, установлюючи істинне значення й сутність основних понять, поглядів і суджень. Античний мислитель підкреслював: «...Оратор, який не знає, що таке добро, а що – зло, виступає перед такими ж нетямущими громадянами, щоб їх переконати, при цьому буде хвалити... зло, видаючи його за добро, та, урахувавши думку натовпу, переконає його зробити щось погане... які плоди дасть зрештою його красномовність?» [8, с. 261]. Тому можна стверджувати, що саме в античних державах формується діалогічна практика промови людини публічної, у якій первинне значення надається саме промовцю, що майстерно керує своїм словом й невимушено налагоджує необхідну відкриту комунікацію.

Також необхідно пригадати Стародавній Рим, де основними сферами спорадичних форм прояву публічності були політика й право. Порівняно з античною демагогією, публічний дискурс Стародавнього Риму характеризувався професіоналізацією його суб'єктів, активним використанням можливостей писемної фіксації інформації, протоколюванням й архівуванням виступів ораторів, значно багатшою методичною базою: правила, норми побудови промови, дидактичні вправи, засоби підготовки й практики оратора були добре розроблені й активно використовувалися. Згідно з Цицероном, форма, композиція промови, її стиль були загальною тенденцією розвитку красномовства й не суперечили традиціям «античної промови» [16]. Цицерон наполягав: «Те, що обговорюють перед народом та перед «батьками», нехай обговорюють стримано, тобто із самовладанням і стійкістю. Оскільки оратор дуже впливає не тільки на наміри й волю, але, мабуть, і на вираз обличчя тих, перед ким промовляє. Якщо це трапляється в сенаті, то досягти цього не важко; оскільки від самого сенатора залежить не підкорятися думці інших, але хотіти, щоб вони слідували саме його припущенням» [15, с. 146]. Класичну вимогу «хліба й видовищ», що виникає в Стародавньому Римі, підтверджував Светоній. Описуючи правління Августа, він зазначав, що «стосовно видовищ він перевершив усіх попередників: його видовища були приватніші, різноманітніші, блискучіші. Він давав ігри чотири рази від свого імені й двадцять три від імені інших магістрів, коли вони були відлучені або не мали коштів. Театральні вистави він іноді влаштовував по всіх

кварталах міста, на багатьох помостах, усіма мовами; гладіаторські бої – не тільки на форумі або в амфітеатрі, а й у цирку... на Марсовому полі, де були зведені дерев'яні трибуни... У цирку в нього виступали візники, бігуни й звіробої. У дні видовищ він розставляв по Риму варту, щоб захистити безлюдне місто від грабіжників» [12, с. 52].

В період Античності ще неможливо виділити будь-які компоненти сучасного публічного інструментального комплексу впливу на людську свідомість. Публічний дискурс Античності – єдиний феномен у суб'єктному, функціональному й інституціональному аспектах. Однак саме Античності належить відкриття довільного маніпулювання свідомістю соціального суб'єкта за допомогою первинних інструментів публічної комунікації. Періоди Стародавньої Греції та Риму дали історії значні зразки усної й писемної публічної комунікації, підготувавши ґрунт для нових її форм і засобів соціальної взаємодії [2, с. 38].

Розподіл публічних повноважень змінюється в часи Середньовіччя – у «феодальний період». Правитель стає єдиною «публікою» без суспільних і приватних інститутів. Публічний дискурс Середньовіччя – це життя в слові, що об'єднало сакральний, дивовижний початок із земним повсякденним досвідом і здоровим глуздом. Середньовічне слово освячувало соціальні повсякденні практики й надавало людині можливість краще осмислювати християнську доктрину (Августин Блаженний). Середньовіччя збагачує публічний дискурс візуалістикою й символічним уявленням, надаючи первинним сакральним комунікативним формам (церковній проповіді, хоровому співу, книгоперепису) статусу самостійних публічних форм.

Для Середньовіччя людина публічна – це або монарх у єдності з божественною силою, або церковнослужитель, який уособлює всю значущість слова Божого й здатен передати його всім соціально-публічним інститутам того часу. Така публічність має надприродну значущість і силу. «Сутність людської істоти, що започаткована на подвоєному відношенні суб'єктивності, украй напружує її життя... Обмеженість і скінченність людини посилюються одночасно зі зростанням її нескінченності, перманентності та внутрішньої єдності» [13, с. 103]. У цей період людина не має права на індивідуальність у публічному просторі, людина, «що терпить саму себе» в божественному бутті, повністю змирившись зі своєю участю: «що значніше істота індивідуалізує себе, то вразливішою вона стає до руйнування». Людина Середньовіччя сама себе має витіснити з публічного середовища, залишаючись маленькою свідомістю, яка страждає. Зрештою, усі об'єкти людської ідентифікації йдуть, як і сама людина, у небуття. «Релігійний досвід щодо цього і постає як найадекватніший, максимально людинозбережний досвід життя в напруженні, що втілює ідею надсвідомого започаткування людської самості... Релігія в цьому плані постає як культивована людська несамодостатність, культ людської неспроможності, що концентрує весь містично-ірраціональний позалюдський потенціал людського феномена» [13, с. 106]. Саме з цих позицій винайдений у християнстві (започаткував Августин) шлях усеосяжного самоаналізу до глибин власного «Я» («публічного Я») через поєднання з надсвітловою особистістю, на якому відбувається відкриття й створення людиною самої себе через спілкування з Богом, можна вважати формуванням середньовічної людської публічності.

Саме в цей час закладається підґрунтя для прояву нових форм індивідуальної публічності та її демонстрування в соціальному середовищі. На нашу думку, саме в цей історичний період існувала лише одна гранична лінія між публічністю й приватністю / інтимністю людини публічної. Так, з одного боку, існували традиції й церемонії, які мали обов'язково публічний характер для кожної особистості. Усі повинні були брати активну участь у процесіях залежно від окремих умов, віку й статі. З другого – існував ряд спеціальних правил, які були «взяті» зі світу кожного, його рефлексій і переживань. Дослідниця етикету О.П. Проценко зазначає, що саме у творчості іспанського мораліста Бальтасара Грасіана викладені основні принципи стратегії поведінки людини, що обирає метою самостійне творіння себе й демонстрацію створеного зразка своєму оточенню. Такий публічний пошук через суб'єктивно-особистісне є першочергово адекватним вираженням духовно-цінного в людині: «Можливість єднання добра, краси й користі в поведінці людини» [9, с. 28]. Але, знову ж таки, усе залежить від періоду, у якому ця публічна традиція проявляється. Якщо звернутися, наприклад, до представника нової буржуазії, який був демонстратором морально-правових уявлень капіталістичного господарювання, ми бачимо по суті ізольованого індивіда, що діє лише у своїх інтересах. Відповідно за таких умов кожна людина сприймає іншу як вільного й незалежного контрагента, що змагається на терені шукання вигоди. Цей погляд знайшов відображення у філософських шуканнях людської природи Дж. Локка. Філософ стверджував, що головними в процесі правильного самовідображення є постійна практика й звичка [5].

На початку XVIII ст. із появою концепцій видатних на той час науковців – Т. Гоббса, Дж. Локка, Ж.-Ж. Руссо – публічність набуває зовсім нових форм. Ідеї вільності, рівності людей-громадян, як концепцій ліберальної демократії, визначають уже перевагу особистості над суспільством. Саме ці ідеї формують людину публічну Нового часу, стаючи тією рушійною силою, що ніколи й нічого не залишає у своєму цілісному й традиційному стані. Динаміку публічного дискурсу Європи в епоху Відродження й перших століть Нового часу визначають дві групи факторів. Першу групу складають соціально-політичні трансформації, у яких відбито тенденцію до деструкції феодалізму й формування буржуазної соціальної системи. Саме в цю епоху в Старому Світі остаточно інституалізується громадянське суспільство, демаркуються принципові межі між суспільним і державним просторами. Друга група факторів пов'язана з винаходом книгодрукування. До кінця XV ст. технологія друкування з використанням рухомого друкарського шрифту поширилася по всій Європі, завдяки чому значно інтенсифікувався процес тиражування текстів. Виникнення й розвиток друкованої преси позначили дві принципові інновації у сфері публічних комунікацій: по-перше, зросла роль освіченості; по-друге, у просторі публічності з'явилась нова соціально-професійна група – книгарі, прототип сучасних журналістів. Саме вони стали одним із основних джерел формування громадської думки. Ключову роль у формуванні уявлень про публічність упродовж перших століть становлення буржуазного суспільства відіграли також концепції Н. Макіавеллі, Ф. Бекона, які в епоху Просвітництва розвинули Ш. Л. Монтеск'є, Ж.-Ж. Руссо, І. Кант, Ф. Гегель, що й визначає дискурс публічності в епоху Модерну й Постмодерну. Межа між

публічним і приватним життям у XVIII ст. була чіткою, на якій соціальні потреби, репрезентовані космополітичною публічною поведінкою, протиставлялися вимогам природи: «Засновуючи нові форми перебування в суспільстві, космополіт виявляється цілковито публічною людиною» [10, с. 6]. У роботі «Падіння публічної людини» Р. Сеннет намагається детально розглянути поняття «публіка» й встановлює, що час перетрансформування розуміння феномена публічності припадає на кінець XVIII – початок XX ст. Це епоха створення величезних міських парків, час перших спроб будувати вулиці, призначені для пішохідних прогулянок як форми відпочинку, коли кав'ярні, заїжджі двори стали соціальними центрами, а театри й опера – доступними для широкого загалу. Термін «старий режим» (*ancien regime*), який використовує Р. Сеннет, часто називають синонімом феодалізму, його пов'язують із періодом від кінця XVIII до початку XIX ст.

Сучасна публічність – це універсальна структурована, упорядкована певним чином відкрита система, що містить значні матеріально-технічні ресурси й професійні кадри. При цьому людина публічна легко потрапляє до неї через власну публічну самопрезентацію. Можна стверджувати, що в сучасному соціокультурному просторі формується своєрідний культ публічності та людини публічної. Надмірного значення набувають самовихваляння, самохизування, самореклама. Таку поведінку варто розглядати як бажання безмірного задоволення власного Его, представлення себе як товару на «ринку особистостей» [14], який можна обмінювати на різні соціальні блага.

Таким чином, історичний аналіз явища публічності дозволяє виокремити її основні парадигми: античну, публічність Римського часу й Середньовіччя, публічність Ренесансу, Просвітництва й Нового часу, кожна з яких стає передумовою для сучасного розуміння її антропологічного прояву. Основною складовою первісних форм явища публічності є спорадична репрезентованість, яка повною мірою залежала від соціально-політичних умов в окремій формації суспільства.

Нині форми публічності змінюються, створюючи зовсім інші усвідомлення її в людському бутті. Так, з одного боку, із появою Інтернету й віртуальності, людина, отримавши можливість швидкого вільного спілкування, стає більш незалежною в межах прояву власної публічності, незаангажованою соціальним середовищем і має право вибору щодо зміщення кордонів своєї непублічності / приватності. З другого боку, людина стає більш залежною від «дуальної знаковості сучасного соціально-комунікативного простору» [4], у якому повсякчас відбуваються миттєві події, явища, війни, модифікуючи свою цілісність і ідентичність.

Література:

1. *Аристотель*. Политика. Сочинения : в 4 т. Т. 4 / ред. тома и авт. вступ. ст. А. И. Доватур и Ф. Х. Кессиди. М. : Мысль, 1990. 830 с.
2. *Герасимова Г. И.* Публичные коммуникации как ресурс связей с общественностью. Теория и практика общественного развития. 2011. № 2. С. 100–103.

3. *Иноземцев В. Л.* За пределами экономического общества: Постиндустриальные теории и постэкономические тенденции в современном мире. М. : Academia ; Наука, 1998. 640 с.
4. *Лиотар Ж.-Ф.* Состояние постмодерна / пер. с фр. Н. А. Шматко. М. ; СПб. : Ин-т эксперимент. социологии ; Алетейя, 1998. 159 с.
5. *Локк Дж.* Мысли о воспитании: Сочинения : в 3 т. Т. 3. М. : Мысль, 1988. С. 407–609.
6. *Нахов И. М.* Философия киников. М. : Наука, 1982. 222 с.
7. Ораторы Греции / сост. М. Л. Гаспаров. М. : Художественная литература, 1985. 495 с.
8. *Платон.* Собрание сочинений : в 4 т. Т. 2. / общ. ред. Л. Ф. Лосева, В. Ф. Асмуса, А. А. Тахо-Годи ; прим. А. Ф. Лосева и А. А. Тахо-Годи. М. : Мысль, 1993. 528 с.
9. *Проценко О.* Етикет в просторі практичної філософії. Харків : ХНУ, 2002. 240 с.
10. *Сеннет Р.* Падение публичного человека / пер. с англ. О. Исаева, Е. Рудницкая, Вл. Софронов, К. Чухрукидзе. М. : Логос, 2002. 424 с.
11. *Татаркевич В.* О счастье и совершенстве человека / пер. с польск. Л. В. Коноваловой. М. : Прогрес, 1981. 367 с.
12. *Транквилл Светоний Гай.* Жизнь двенадцати цезарей / пер. М. Л. Гаспарова. М. : Наука, 1993. 223 с.
13. Філософія: світ людини : курс лекцій : навч. посібник для студ. вищ. навч. закл. / В. Г. Табачковський, М. О. Булатов, Н. В. Хамітов та ін. Київ : Либідь, 2003. 430 с.
14. *Фромм Э.* Иметь или быть? / пер. с англ. Э. М. Телятниковой. М. : АСТ, 2014. 314 с.
15. *Цицерон Марк Туллий.* Диалоги / изд. подгот. И. Н. Веселовский, В. О. Горенштейн и С. Л. Утченко ; отв. ред. С. А. Утченко. М. : Наука, 1966. 217 с.
16. *Шишкина М. А.* Публичные коммуникации в истории цивилизации (от античности до Просвещения) : учеб. пособие / фак. журналистики, Санкт-Петербургский гос. ун-т. СПб. : Роза мира, 2005. 116 с.

Lyudmila Vasiljeva

THE HISTORICAL AND ANTROPOLOGICAL PARADIGM OF CONCEPTUALIZATION OF THE PUBLICITY PHENOMENON

The article considers the main historical stages of the formation of the publicity phenomenon and reflects its anthropological manifestations. The author proves that the publicity phenomenon belongs to ambiguous, widely used, but always problematic concepts of socio-human discourse, since the limits of its understanding are blurred, modified and changed. Nowadays, the notion of publicity is a part of such complex phenomena as politics, society, communication, somatic being of a man, etc.

The historical and anthropological analysis of the publicity phenomenon made it possible to highlight its main paradigms: antique, publicity of the Roman time and the Middle Ages, publicity of the Renaissance, Enlightenment, Modern times, and the place of a public-person in certain socio-political formations. It was proved that the main component of the initial forms of the phenomenon of publicity is its sporadic representativeness.

Thanks to the Internet and virtuality the public-person got wider opportunities for quick and free communications. He or she became more independent and unbiased in terms of their own manifestation of publicity towards the specific social environment. He or she got the unbreakable right to choose how widely to shift the boundaries of their non-

publicity / privacy. But on the other hand, the public-person became more dependent on the «dual sign of the modern social and communicative space», where the valuable modifications of the identities are happening all the time.

It can be argued that in today's socio-cultural space a peculiar cult of publicity and public-person is forming. Self-praise, self-proclamation, and self-advertisement are becoming more and more valuable. Such behavior should be considered as a desire to immensely satisfy his or her own «ego», self-representation as a commodity in the «market of personalities», which can be exchanged for various social benefits.

Васильєва Людмила Анатоліївна – кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри права гуманітарного факультету Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «ХАІ».

Надійшла до редакції 22.05.2018. Розглянута на редколегії 25.06.2018.

Рецензенти:

Доктор філософських наук, доцент, завідувач кафедри філософії Національного аерокосмічного університету ім. М.Є. Жуковського «ХАІ» Чернієнко В.О.

Кандидат філософських наук, доцент, доцент кафедри суспільно-гуманітарних дисциплін Харківського національного університету будівництва та архітектури Кунденко Я.М.