

## ЦІННІСТЬ СПРИЙНЯТТЯ ОСОБИСТОСТІ ЯК АСПЕКТ САМОРЕАЛІЗАЦІЇ В СУЧАСНІЙ КОМУНІКАТИВНІЙ КУЛЬТУРІ

*Розглянуто феномен самореалізації в сучасній комунікативній культурі. Побудовано моделі сприйняття особистості в процесі самореалізації. Проаналізовано фактори та механізм сприйняття особистості як цінності на етапі цілепокладання.*

**Ключові слова:** особистість, образ, цінність, самореалізація, комунікативна культура, сучасна комунікативна культура

**Опанасюк В.В. Ценность восприятия личности как аспект самореализации в современной коммуникативной культуре.** *Рассмотрено феномен самореализации в современной коммуникативной культуре. Построено модели восприятия личности в процессе самореализации. Проанализировано факторы и механизм восприятия личности как ценности на этапе целеполагания.*

**Ключевые слова:** личность, образ, ценность, самореализация, коммуникативная культура, современная коммуникативная культура

**Valentina V. Opanasyuk. Value of perception of the person as aspect of self-realization in modern communicative culture.** *A self-realization phenomenon in modern communicative culture is considered. Models of perception of the person in the course of self-realization is constructed. Factors and the mechanism of perception of the person as values at a purpose formation are analyzed.*

**Keywords:** person, image, value, self-realization, communicative culture, modern communicative culture

Сучасне суспільство динамічно змінюється, завдяки чому свідомість людини виявляється втисненою в межі калейдоскопічної комунікативної культури, з її технологіями розширення функцій сприйняття дійсності. У цій культурі відбувається підміна тотальностей їх образами, внаслідок чого створюється мультиплікаційна мозаїка світу та самої людини. Зміщуються акценти сприйняття цінностей – із сутнісних значень, тобто об'єктивних ідей у напрямі їх зовнішніх виявів – суб'єктивних форм. Цінності набуває образ, створений у процесі сприйняття. Акцент переноситься на самореалізацію особистості не як самоздійснення, а як задоволення потреби бути сприйнятою в даний час і в даному місці. Самореалізація все частіше розглядається як результат, а не як процес повного розкриття внутрішнього потенціалу особистості. У сучасній комунікативній культурі принципового значення набуває спосіб, який особистість використала, щоб здивувати, викликати захоплення. Має значення тільки враження, адже воно швидкоплинне, захоплює увагу, змушує діяти, хоч і відірване від думки.

Сучасна людина часто не в змозі досягнути сутність, глибину та грандіозність змін, що відбуваються у світі. Світ постає як калейдоскоп мультиплікаційних образів, картинок-вражень, що швидко змінюються. Однак калейдоскопічна культура не відсторонена від людини, а людина за своєю суттю – не спостерігач, а діяч. Людина є частиною цієї культури, а звідси – потрапляє в різні мікросвіти-образи (ситуації), в яких сама змушена існувати як образ. Поряд із цим нікуди не зникає її внутрішня сутність, орієнтована на са-

моздійснення, самореалізацію. Тому між людиною та культурою виникає конфлікт цінностей, який спричиняє порушення єдності особистості, її роздвоєння, зрештою, соціальну мімікрію, намагання створити свої мікросвіти в субкультурах, віртуальному світі, або замикання на собі чи в собі.

Самореалізація особистості у філософських дослідженнях останнього десятиліття, за винятком незначного кола публікацій, в основному залишалася поза полем дослідницької уваги як в Україні, так і за кордоном. Вважаємо, що це пов'язано переважно з перенесенням проблеми в поле прикладних досліджень, а також із тим прагматизмом, із яким самореалізація асоціюється в педагогіці та психології – основних сферах її сучасного дослідження.

Дослідження проблеми самореалізації як в Україні, так і за її межами можна згрупувати по сферам і методологічним підходам. Найзначніший масив досліджень охоплює педагогіка, для якої значимою є професійна самореалізація. Переважно такі дослідження розглядають самореалізацію як результат професійної діяльності. Другу групу сформовано на основі психологічних підходів, зокрема, біхевіорального підходу та психоаналізу. Результати цієї групи досліджень ближче до філософського розуміння проблеми, оскільки перетинаються з дослідженням ціннісно-мотиваційної сфери. Згадані групи досліджень показали свої результати як на Заході та в Росії, так і в Україні. Поряд із цим залишається актуальним, особливо в західній ідеалістичній думці, теологічний підхід до проблеми самореалізації. Переважно – це духовне самовдосконалення у східних релігійних системах, а також у християнстві. І, нарешті, хоч і не чисельна, проте найцікавіша для нашого дослідження група охоплює праці філософсько-культурологічного характеру, присвячені формуванню цінностей як основи самореалізації (самоактуалізації) особистості в культурі. У цьому зв'язку доречно згадати праці М.І. Горлача [1], В.Г. Кременя [2], Р.М. Рикмена [3], Л.В. Сохань [4].

Із самого початку – від постановки проблеми самореалізації Аристотелем – і до наших днів згадана проблема з заповзятю періодичністю повертається до своїх філософських витоків, засвідчуючи, що світ кардинально змінюється, з'являються нові форми освоєння дійсності, нові способи спілкування, а відтак, особистість потребує світоглядного переосмислення себе в цьому світі. І не просто переосмислення самої себе, а переосмислення своїх ціннісних відношень до світу.

Подивимось на проблему самореалізації з позиції ціннісного сприйняття особистості суб'єктом пізнання та практично-перетворюючої діяльності. Наукова проблема полягає в тому, що образ, який сприймає суб'єкт, здатний змінити особистість, мотивувати її діяльність у тому чи іншому напрямі – до самоздійснення або навпаки – до деградації, перетворення в Ніщо. Однак систематизованих знань про формування образів, набуття ними ціннісного значення для суб'єкта дії, про фактори, механізми трансформації особистості під дією цих образів у сучасній культурі бракує, так само як бракує знань про моделі самореалізації, які суб'єкт свідомо чи напівсвідомо вибудовує для себе на етапі цілепокладання.

Задача дослідження полягає в тому, щоб віднайти ці фактори та механізми для забезпечення повного розкриття сутнісних характеристик особистості в сучасній комунікативній культурі. Розпочнемо з поняття образу як результату процесу сприйняття особистості суб'єктом пізнання, що водночас є основою для його самореалізації. Образ – це слід, який залишає предмет дослідження на іншому предметі. Згідно з кантівською традицією в теорії пізнання, слід як відбиток інформації про предмет ніколи не буде повним, оскільки виявляє суб'єкту сприйняття тільки ті особливості предмета, які ввійшли в контакт із ним.

Сприйняття особистості іншою особистістю, соціальною групою, спільнотою чи суспільством формує образ, який ніяким чином не можна сприймати як суму даностей зовнішнього сприйняття сенсорною системою людини, інтуїтивного відчуття та почуттєвих реакцій. Формується образ як особливе утворення, що акумулює, синтезує та перетворює на синергію комплекс феноменальних характеристик індивіда. Сформований образ сприймається з оцінкою, тобто набуває ціннісного наповнення, а відтак перетворює кількісні характеристики предмета сприйняття на якісні. У цьому зв'язку важливо не підмінити поняття цінності та властивості, оскільки цінність, погоджуємося з М.С.Коганом, – не річ, і не властивість. Цінність є “відношенням, і відношенням *диспозиційним*, оскільки як “об'єкт”, так і “суб'єкт” – не “речі”, а *позиції “речей”*, що виявляються в певних ситуаціях діяльності завдяки наявності в них певних властивостей [5, 67]” – (курсив автора. – В.О.). Екзистенціалісти в цьому зв'язку зауважують, що “сплутування себе з певними властивостями є фундаментальною практичною категоріальною помилкою. ...Для самих себе ми досяжні лише в екзистенціалах спільного життя у світі дії [6, 203]”. Звідси випливає, що особистість виявляє себе винятково в самоздійсненні. Саме тоді життя набуває якісного наповнення, а самоздійснення можна вважати метою самореалізації.

Образ як цінність здатний мотивувати поведінку суб'єкта пізнання. Міра вираженості даного мотиву залежить від того, наскільки цей мотив вписується в загальну систему цінностей суб'єкта діяльності. Це означає, що тільки тоді образ набуває сенсу та практичного значення для суб'єкта сприйняття, коли потрапляє в поле його ціннісно-мотиваційного комплексу.

Образ особистості – це лише те, що нам дозволено виявити як самим предметом сприйняття, так і доступними суб'єкту пізнання методами дослідження. Тому образ, навіть якщо він став інтерсуб'єктивним, сприймається іншим із більшою чи меншою часткою суб'єктивності, а звідси – із більшою чи меншою часткою значимості для конкретного суб'єкта, його особистих прихильностей чи вподобань, претензій, очікувань тощо.

Образ конкретної особистості здатний доповнюватися новими деталями-особливостями, несуттєво або навіть кардинально змінюватися у зв'язку з тим, що змінюється як сам предмет відображення, так і світ, в якому він відображається, а також змінюється сам суб'єкт сприйняття. Різні люди сприймають образ по-різному в залежності від джерел отримання інформації про предмет, особистих пізнавальних можливостей, онтологічних світоглядних основ, а також потреб, які визначають набір ознак, актуалізованих у межах даної ситуації.

Образ особистості у свідомості суб'єкта сприйняття розглядається не як сам по собі образ у феноменальному світі, а у взаємозв'язку з іншими формами-образами. Об'єктивація форм-образів доповнює уявлення про сутність, структуру, а зрештою – саму форму. У цьому погоджуємося з поглядами Т.Ренча, який стверджує, що особистість “не є предметною реальністю, натомість формою і передумовою всіх таких реальностей [6, 203]”, що реалізуються в процесі дії.

Образ, безперечно, відображає зовнішні характеристики не тільки самого предмета сприйняття, але так само середовища сприйняття та прийнятого суб'єктом образу того середовища, в якому був залишений інформаційний слід. Водночас, образ формується в даний час і в даному місці, забезпечуючи єдність свідомості суб'єкта пізнання, а зрештою – і суб'єкта практично-перетворюючої діяльності. Історичність образу несе на собі відбиток його суспільної значимості. Це означає, що при перенесенні образу в іншу історичну реальність він може стати прикладом для цілепокладання.

Образ особистості не може існувати відокремлено від комунікативних і мислительних процесів. Так, формування образу супроводжується операціями селективного сприйняття, абстрагування та синтезу, при цьому суть важливо що раціональні операції поєднуються з неусвідомленими та/або частково усвідомленими, зокрема, такими як інтелектуальна інтуїція.

Важливою характеристикою ціннісного сприйняття особистості є переживання образу. Образ перетворюється на дієву основу формування проекту особистості тільки за умови отримання враження від нього. Враження стимулює бажання самовдосконалення, самореалізації. Зіткнення з труднощами самореалізації загартовує особистість, змінює її ціннісні вподобання як у напрямі самовдосконалення, так само й у напрямі зміни мотивації в реалізації проекту, аж до відмови від нього. У цьому зв'язку реалізація проекту особистості набуває сенсоутворюючого значення, оскільки виявляє самість як вертикаль, внутрішній стрижень тотальної особистості, як образ цілепокладання для інших.

Таким чином, образ особистості у процесі сприйняття здатний змінюватися завдяки об'єктивним і суб'єктивним факторам, серед яких принципово важливу роль відіграють світоглядні переконання суб'єкта сприйняття, ціннісно-мотиваційний комплекс його відношень до світу. Причина реалізованості чи нереалізованості проекту особистості залежить від того, наскільки ціннісно-вмотивованим, тобто значимим для суб'єкта виявився цей проект, а відтак – наскільки цінними для нього залишилися образи, покладені в основу проекту.

Цінність сприйняття особистості, тобто цінність образу особистості в його динаміці принципово важлива для самоздійснення суб'єкта на всіх етапах процесу саморозвитку – самоактуалізації, самовдосконалення, самореалізації. Оскільки виділення цих етапів є умовним, а самореалізація поглинає попередній досвід діяльності особистості, схильні розглядати останню як незавершений процес. Самореалізація – це розгортання, розкриття, здійснення потенціалу особистості. Це акт, а не його результат. Потенціал розглядаємо як чисту можливість на противагу акту, тобто здійсненню як процесу.

У піраміді потреб А.Маслоу самоактуалізація (самореалізація) займає вищий щабель, що передбачає попереднє здійснення потреб нижчого рівня – задоволення фізіологічних потреб, потреби в безпеці, приналежності й любові, визнання. Полишимо критику теорії А.Маслоу психологам і суспільствознавцям, водночас звернемо увагу на проект особистості та цінність образу сприйнятої особистості для актуалізації цього проекту.

Припускаємо, що актуалізація проекту особистості виникає не завдяки задоволеності потреб нижчого рівня, а навпаки – їх незадоволеності або бажання досягнути повноти їх задоволення. Завдяки механізмам самоідентифікації суб'єкт у своїй свідомості вибудовує прийнятний образ особистості, який для нього є зразком самоздійснення. Мовиться не про ототожнення себе зі сприйнятим образом, оскільки таке ототожнення є клінічним випадком психіатрії. Потрібне розрізнення сприйнятого образу серед інших образів, усвідомлення свого власного існування, ідентифікація себе у світі, відчуття себе в даному місці, у даний час. “...Ми маємо бути в змозі повсякчас відрізнити себе від інших осіб, речей, а також від наших думок і почуттів [6, 203]”, – цілком слушно стверджує німецький філософ Т.Ренч.

Механізм самореалізації запускається ціннісно-мотиваційними стимуляторами, які в подальшому регулюють процес, при цьому для успішного його функціонування важливо, якою є базова модель сприйняття особистості (перцептивна модель особистості). Остання виявляє рівень підготовленості суб'єкта до самореалізації проекту особистості. Виділяємо три такі моделі: образ як приклад, образ (стереотип) як аналогія, образ як ідеальна модель (збірний образ).

Таким чином, відображений у свідомості суб'єкта образ може бути як образом конкретної особистості, так само й збірним образом. Цей вибудований у свідомості образ може претендувати на роль кінцевої мети самореалізації, наприклад, образ батька, образ сусіда – успішного бізнесмена, образ Бога, морально досконалої людини, професіонала тощо. Із формування образу особистості та визначення його ціннісного відношення до суб'єкта пізнання розпочинається цілепокладання, відбувається самоактуалізація особистості. Об'єктивізація ідеального образу реалізується в практично-перетворюючій діяльності, найвищим етапом якої є самореалізація. Творча самореалізація дозволяє створювати такі об'єктивовані предмети практично-перетворюючої діяльності, які продовжують існування образу самореалізованої особистості після її фізичної смерті.

У дійсності ні потенційний, ні реалізований проект особистості не тотожний сформованому образу, оскільки для досягнення мети необхідна її раціоналізація, тобто оцінка можливостей, середовища здійснення проекту тощо. Самореалізація особистості потребує адекватної самооцінки психо-емоційної сфери, наявності міцного психічного та фізичного здоров'я. Хоч це не означає, що фізичні вади є перешкодою в самореалізації, а тільки те, що вони здатні вплинути на вибір сфери самореалізації. Важливіше – оцінка власних вольових зусиль і свобода в здійсненні вибору.

Цінність найповніше усвідомлюється тоді, коли її втрачають. Втрата особистості, її перетворення на “сіру мишку” [7, 26], на річ-у-собі, невидиму для інших і для самої себе – це є втрата особистістю самої себе, її перетворення в Ніщо в розумінні Ж.-П.Сартра. Це втрата свободи, і одночасно – втрата відповідальності. Проект під назвою “особистість” припиняє існування, життя втрачає цінність і значення. Особистість перетворюється на об'єкт без внутрішньої наповненості, без моральних принципів, без ознак вируючого життя; перетворюється на предмет маніпулювання. Відмовою від себе особистість дозволяє іншим використовувати її свободу, брати на себе відповідальність за неї. Особистість не тільки не може самореалізуватися, але навіть знайти себе серед інших у світі речей. Це уможлиблюється тому, що в згаданому світі речей барви втрачають значення. Сірість – єдина барва, яка поглинає навіть чорне та біле, а відтак поглинає найзагальніші, крайні вияви суцього: добро та зло, прекрасне та потворне.

Самореалізацію обмежує середовище, як речове, так само й особистісне. Обмежуючим фактором є й сам образ, взятий за основу актуалізованого проекту особистості, оскільки він накладає нормативні заборони. Внаслідок необхідності постійної самоідентифікації та вибору себе у світі формуються образи-відношення до світу:

- Я-образ (егоцентрична модель особистості);
- Ми-образ (колективістська модель особистості);
- Вони-образ (відчужена модель особистості).

Сучасна комунікативна культура сприятлива для формування саме відчуженої особистості, яка втрачає зв'язок із суспільством завдяки страху вибирати себе. Страх з'являється як результат поширення мозаїчної (“кліпової”) культури, що формується аудіовізуальними засобами мас медіа. Реально існуючий світ для такої особистості втрачає цінність, адже він розпадається на безліч частин, руйнується його цілісність. Світ звичних для традиційного суспільства абсолютних цінностей зникає, його місце заступає штучно створений світ оцифрованого сигналу, динамічний і незрозумілий. Особистість відчуває самотність у цьому світі, відірваність від світу, а внаслідок цього втрачає свою визначеність. Руйнується реальний світ цінностей. Натомість із допомогою технологій з'являється можливість створити свій, приватний світ – світ приватних (суб'єктивних) цінностей. Технології підміняють комунікацію. Із втратою живого спілкування суб'єкт набуває нових можливостей, поки що не розкритих і не оцінених належно, проте втрачає повноту життя, бо навіть емоції формуються іншими – маніпуляторами свідомості.

В.Г.Кремень вважає, що “пошуки іншого світу – це пошук системи нових цінностей [2, 73]”. Додамо – і кумирів, тобто ідеально типових, а тому спрощених моделей-образів. У роздвоєному світі думки та дії [8, 33], на що звертав увагу М.Мак-Люен, створення приватних ціннісних світів в уявній реальності Internet та/чи мас медіа дозволяє одним досягати самореалізації, іншим – потрапляти в пастки самообману, створювати ілюзію самореалізованості. Якщо не має думки, а тільки дія, то цю дію можна спрямувати зовні. Суб'єктом легко маніпулювати, у його звільнену від думки свідомість можна закладати будь-які цінності або антицінності. Із допомогою реклами та маніпулятивних технологій можна штучно піднімати самооцінку, самозадоволеність, створювати ілюзію або фікцію самореалізованості. Це типово для масової культури сучасних теле-, радіо- та Internet-комунікацій.

У сучасній культурі шляхом втягування в процес електронної комунікації відбувається омасовлення суб'єкта практично-перетворюючої діяльності, підсилюються ті чи інші властивості його чуттєвості, а відтак, відбувається добровільна відмова від особистості (свободи вибору, тотальності). Особистість як занадто важку ношу підміняє індивідуальність (див.: [8, 404]). Реальність спрощується, схематизується, потрапляє під контроль тих, хто зберіг свою самість. Саме такі особистості приватизують здатність до самореалізації в епоху електронної культури.

Отже, реальна тканина суспільного життя є дійсністю, яка набуває значимості за наявності усвідомлених цінностей, розуміння сенсу дії. Навіть за умови дії обставин непереборної сили вплив подій на розвиток культури відбувається на основі відображення у свідомості радикальності, необхідності, незворотності цих змін. Усвідомлення задає подіям орієнтир руху [9, 178]. Поряд із цим людина здатна діяти без будь-яких раціональних мотивів, винятково під впливом емоцій. Німецький дослідник М. Вебер, щоправда, не відносить такий тип дій до усвідомлених, однак у предметному полі культури саме такі дії часто межують із геніальністю, а їх результати поповнюють скарбничку світових культурних надбань.

У сучасній комунікативній культурі, якою б калейдоскопічною вона не була, як би не розширювала вона меж людини та які б засоби для формування образу не використовувала, все ж в особистості залишається її сутнісна потреба бути сприйнятою та визнаною. Сприйняття образу у світі електронної культури легко змінити шляхом вибору нової групи для спілкування. Проте таке спілкування не є справжнім, оскільки розкладає тотальну особистість на її складові, позбавляє навичок комунікації в реальному житті, підміняє реальність її образом. У реальному житті сприйняття образу можна змінити, змінивши себе самого.

### **Література:**

1. Горлач М. І. Вибране : у 3 т. / М. І. Горлач. – Т. 3 : Філософія цінностей. – Х. : Факт, 2003. – 640 с.
2. Кремень В. Г. Філософія людиноцентризму в освітньому просторі / В. Г. Кремень. – 2-е вид. – К. : “Знання” України, 2010. – 520 с.
3. Ryckman M. R. Theories of personality / Richard M. Ryckman. – 9th ed. – Belmont : Cengage Learning, 2007. – 711 p.
4. Сохань Л. В. Искусство жизнетворчества. Предназначение. Жизнетворчество. Судьба : социологические очерки, социально-психологические эссе, интервью, глоссарий / Сохань Л. В. – К. : Изд. Дом Дмитрия Бурого, 2010. – 576 с.
5. Коган М. С. Философская теория ценности / Моисей Самойлович Коган. – СПб. : Петрополис, 1997. – 205 с.
6. Ренч Т. Конституція моральності. Трансцендентальна антропологія і практична філософія / Томас Ренч ; пер. з нім. В. Приходька. – К. : Дух і літера, 2010. – 348 с.
7. Рон Джим. Філософія бізнеса / Джим Рон. – [Б. м. ; б. и.]. – 32 с.
8. Мак-Люэн М. Галактика Гуттенберга : сотворение человека печатной культуры / Маршалл Мак-Люэн ; пер. с англ. А. Юдина. – К. : Ника-Центр, 2003. – 432 с. – (Серия “Сдвиг парадигмы” ; вып. 1).
9. Філософія культури. Становлення і розвиток / [Каган М. С., Перов Ю. В., Прозерський В. В. і др.] ; под ред. Кагана М. С. і др. – СПб. : Лань, 1998. – 448 с.