

Біоетика тільки починає розвиватися і як особливе знання, і як соціальний інститут. У майбутньому роль біоетики буде наростати, оскільки це практика, яка навчає кожну людину приймати рішення в складних, життєво важливих ситуаціях, приймати рішення, які пов'язані з межами власного існування. В історії культури раніше було відносно небагато ситуацій, коли звичайна людина опинялася в ситуації важкого життєвого вибору. Сучасний розвиток науки вимагає від кожного такий вибір робити, і цей вибір сучасній людині фактично миттєво не можна. Тому, як цей вибір робити, і вчить біоетика.

#### Список використаних джерел

1. Байбурич О. К., Топорков О. Л. У истоков этики. – Л., 1990.
2. Павлова Т. Н. Биоэтика в высшей школе. – М., 1998.
3. Биоэтика: Проблемы и перспективы. – Вопросы философии. – 1994. – №3.
4. Бодрийяр Ж. Символический обмен и смерть. – М., 2000.
5. Этика / Под ред. А. А. Гусейнова и О. Л. Дубко. – М., 1999.
6. Коновалова Л. В. Прикладная этика. – М., 1998.
7. Тищенко П. Д. Биоэтика // Этика. – М.: Гардарика, 2001.
8. Этика / Под ред. Р. Г. Апресяна и А. А. Гусейнова. – М.: Гардарика, 2001.

#### References

1. Bajburin O. K., Toporkov O. L. U istokov jetiki. – L., 1990.
2. Pavlova T. N. Biojetika v vysshej shkole. – M., 1998.
3. Biojetika: Problemy i perspektivy. – Voprosy filosofii. – 1994. – №3.
4. Bodrijjar Zh. Simvolicheskij obmen i smert'. – M., 2000.
5. Jetika / Pod red. A. A. Gusejnova i O. L. Dubko. – M., 1999.
6. Konovalova L. V. Pryingladna etyka. – M., 1998.
7. Tishhenko P. D. Biojetika // Jetika. – M.: Gardarika, 2001.
8. Jetika / Pod red. R. G. Apresjana i A. A. Gusejnova. – M.: Gardarika, 2001.

**Kultenko V. P.**, PhD, Department of philosophy, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (Ukraine, Kyiv), kultenko@ukr.net

**Gulenko V. V.**, master Faculty of Plant Protection, Ecology and Biotechnology, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (Ukraine, Kyiv)

**Koshova A. A.**, master Faculty of Plant Protection, Ecology and Biotechnology, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (Ukraine, Kyiv)

**Skop A. P.**, master Faculty of Plant Protection, Ecology and Biotechnology, National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine (Ukraine, Kyiv)

#### Place bioethics in the modern world

The article analyzed of the essential characteristics of the content and the problem field of bioethics. Bioethics is considered as new scientific knowledge that is interdisciplinary. Its appearance caused by human desire to overcome their own physical limitations, overcome the laws of nature. Because bioethics is presented as a component of values worldview of modern man, forced to live in conditions quite blurred the boundaries between life and death, natural and controversial predetermined biological experiments and so on. Addressing bioethics depends on the individual moral characteristics of the person and of scientific, primarily biological, medical possibilities. Also to legal conflicts and to spirituality of society. The situation of choice, which is always been quite depressing for a person, in modern conditions of life requires special responsibility of it – not only to the present but also the future. This requires a thorough educational training, formation of philosophical consciousness, combining the efforts of all.

**Keywords:** bioethics, morality, responsibility, choice, value.

\* \* \*

УДК 008:312.421

**Танська Л. В.**,  
старший викладач кафедри менеджменту туризму,  
заступник директора з профорієнтаційної роботи  
інституту філології та масових комунікацій, Відкритий  
міжнародний університет розвитку людини «Україна»  
(Україна, Київ), tanska2008@ukr.net

#### ГАРМОНІЗАЦІЯ ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ПРОЦЕСІВ КУЛЬТУРИ ЯК ПРОЕКТНО–МОДЕЛЬНИЙ СИМБІОЗ

Сучасні проекти створюють певне коло рефлексії, що відображує конструктивний сенс проектної діяльності як такої, а на основі цієї внутрішньої «рецензії» проект проходить випробування на гіперкритичний аналіз, на певну деконструкцію проектної ідеї. Система проектних рішень визначає, наскільки проектна пропозиція є ефективною, чи не ефективною. Багато пропозицій можуть залишитися на стадії проекту і функціонувати лише як проект, але бути не менш дієвими, ніж їх конкуренти. Існує проектна сфера, що не потребує виконання, тобто позбавлена прагматики та утилітарних завдань.

Проектна сутність проектних моделей інколи настільки універсалізується, що її достатньо для того, щоб ця сфера соціального життя в певних соціокультурних реаліях, залишаючись проектом, набула статусу здійсненого об'єкту культуротворчості. Це є найважливішим фактором соціального проектування.

Мета статті – визначити проектно–модельний контекст формування культурних цінностей в просторі глобалізації культури.

**Ключові слова:** культура, проектна рефлексія, проектне рішення, прагматика, деконструкція.

Проектна сутність проектних моделей інколи настільки універсалізується, що її достатньо для того, щоб ця сфера соціального життя в певних соціокультурних реаліях, залишаючись проектом, набула статусу здійсненого об'єкту культуротворчості. Це є найважливішим фактором соціального проектування, бо він розсуває рамки проектного процесу, виводить за рамки попередньої роботи (передпроектного аналізу), виводить за межі здійснення проекту в матеріалі предметних форм, в тексті або чомусь іншому.

Проблема проектно–модельної діяльності в системному аналізі культури як механізму культуротворення вивчалася в роботах П. Анохіна, Дж. К. Джонса, М. Бахтіна, С. Хантінгтона та ін. [1; 3; 2; 6], адже мало визначені аксіологічні аспекти формування культурних цінностей.

Мета статті – визначити проектно–модельний контекст формування культурних цінностей в просторі глобалізації культури.

Система проектної діяльності несе в собі структурний комплекс оцінки та розвідки системи на підсистеми, а також мотивує просування кожної підсистеми в інтерактивному просторі проектних діалогів у гетерохронному вимірі проекту. Це свідчить про те, що відбувається проектний системогенез, коли одне завдання змінюється іншим, одне пересувається вперед, інше елімінується або маргіалізується. Таким чином, конфігурація гармонізації рішення проектного завдання (в даному випадку – проектні пропозиції щодо глобалізації культури) виглядає як проектно–модельний симбіоз. Тобто модель є тим ідеальним рішенням завдань, які в проектній системі стають носіями полісистемної цілісності.

Такий підхід є медіальним, бо велику роль тут грають медіа. Не просто медіа–системи, а медіа як посередники здійснення самого проекту. Медіа в широкому сенсі стають культурологічними маркерами. Це свого роду синтез цілого ряду спонук, силових ліній, певних дій суспільства, які потрібні для того, щоб узагальнити і усвідомити комунікацію як тотальний

проект культури. Медіа здійснюється в культурному просторі і часові, де існують ті мегапроекти, що є передумовою виникнення будь-якого локального проекту.

Отже, домінанта електронних медіа радикалізувала проектну ситуацію, візуальний світ, створений екраном, стає міфогенним та метафорогенним пристроєм, що несе в собі ту усталеність проектного аналізу, яку так довго очікував проєктант. Екранний світ корелює з світом візуальним. Візуальний світ – це комплекс сприйняття інформації, в тому числі внутрішніх проектних ситуацій, коли проект проходить внутрішню рецензію і багато разів рефлектується як здатність вирішувати ті чи інші завдання. Проектний процес позбавляється лінійності та регулярності, все більше стає нелінійним, все частіше корегує завдання в процесі прийняття рішень. Адже інколи проєктант вже не може контролювати ситуацію. Так, нелінійність, непослідовність дій та втрата гомогенізації, лінійності екстенсивної метрики проектування перевіряється гетерохронними процесами проектного симбіозу, де час кожного із акторів проектного процесу може або випереджувати, або запізнюватися згідно власній проектній стратегії.

З приходом комп'ютерів – креслення поступово переміщується на нижчу периферійну ланку, зображення макетується на екрані в різних ситуаціях програмного віртуального опосередкування інформації. Так, моделювання на екрані дає можливість всебічного охоплення і сканування різних стадій проекту, що оцінюються і осмислюються як великий гіпермакет або гіперцілісність того «надцілого», що проектується. Це може бути архітектура, система відносин (в просторі архітектури та поза ним), може бути середовище в цілому, ландшафтна конфігурація, соціальний проект. Всі системи проектування визначаються засобами подання інформації, що презентують його часові та просторові параметри.

Гетерохронія проектування свідчить про те, що в проекті живе минуле і майбутнє, теперішнє на правах вірогідних моделей, які надають можливість прориву минулого вперед і, навпаки, усунення майбутнього за домінантою минулого, якщо воно виглядає неадекватним з точки зору мистецьких і інших адекватцій, бо минулі проекти інколи виглядають більш доцільними і більш важливими. М. Маклюєн писав відносно ролі мистецтва: «Великий бізнес не може вижити сьогодні без дуже розвинутих почуттів, котрі є в мистецтві, воно дає сигнали, що попереджують загрозу в нових умовах, бо представлені в мистецтві задовго до того, як вони стали існувати в інших сферах. Тим саме мистецтво призначене для цілепокладання або ціленavigації, що є обов'язковим навіть на власне домашньому рівні» [4, с. 81].

Дж. К. Джонс визначає три підсистеми або системних етапів проектною діяльністю: «чорний ящик», «прозорий ящик», «рефлексивна система». Тобто суто емотивну реакцію на проектну ситуацію, суто раціональну та рефлексивну. Мозковий штурм – це співбесіда акторів загального поля рефлексії, де один учасник висуває свою позицію як проект, інший здійснює паралельну, а критика виглядає конструктивним елементом співпраці [3, с. 265]. Можна сказати, що це принцип аналогії, подвійного, потрійного, багаторазового рефлектування, адже сам

процес рефлексії залишається прихованим і не завжди розгортається в систему.

Важливо, що проектне завдання піддається розчленуванню, адже може залишитись нерозчленованим. Циклічність сегментації інформації характеризує метод проектування як те, що збільшує лінійність проектування, ланцюг передбачених циклів змін об'єкта в моделі. Таким чином, створюються ті ланцюги, де лінійність стає найважливішою проблемою детермінації наступної стадії проектування. Лінійності будь-якої проектною розробки заважає непередбаченість, ускладнення, що виникають в контексті вирішення завдань. Адже лінійність корелює з нелінійністю, де кожна із систем проектування починає проводити свій гетерономний пошук і потім накладається одна на іншу, шукає можливості кореляції складових системогенезу.

Синтез здійснюється в наступній фазі або моделі проектування, яка визначається як самоорганізуюча система. Тобто методи чорного і прозорого ящика дозволяють розширити сферу пошуку при рішенні завдань проектування. Так, в методі чорного ящика це досягається шляхом заняття обмежень, що накладаються на вихідні реакції системи проектування, або шляхом стимулювання до розробки більш різноманітних вихідних реакцій.

В методі прозорого ящика, вихідна реакція системи узагальнюється мовою зовнішніх символів з таким розрахунком, щоб вона включала альтернативи, одна із котрих є саме власним задумом проектувальника. Основною нестачею в цих випадках є те, що проектувальник опрацьовує множину невивчених альтернатив. Їх надзвичайно багато, щоб їх можна було дослідити повільним шляхом свідомого осмислення. Отже, не можна покладатися або на інтуїцію, що присутня чорному ящику або на ланцюг лінійного розшарування, який визначається в прозорому ящику. Тому включається ще один механізм, який визначається як проектна підсистема тотальної рефлексії.

Складна ситуація переноситься в поле проблем реципієнта проектування і оцінюється в різних площинах, різних контекстах. Цю модель Дж. К. Джонс визначає як усвідомлення проекту та ситуації, що має своєю метою надати кожному члену бригади проектувальників можливість самому визначити, наскільки обрана методика пошуку здатна привести до найбільш гармонійного рішення нової модельної конструкції в ситуації, на яку вона здійснює вплив.

Система об'єктивації проектних інтенцій актуалізує логіку як ланцюг послідовності детермінації. Система рефлексії визначається як системне ціле, де ситуація проектно осмислюється в різних площинах, різних контекстах, в різних гетеротопіях, тобто просторових варіантах, що дає можливість здійснення проектного гетерохронізму, де хронос (час) преформатується і виникає преформатив як можливість інваріантних трансформацій цілісності, що існують в різних часових контекстах: циклічному, лінійному, в замкненому часові, нелінійному часі. Так утворюються відкриті проектні системи, що потребують добудови і переструктурування в процесі подальшого проектного пошуку.

Менеджмент проектування як управління проектними процесами здійснюється продюсерами–проектувальниками, які можуть вести декілька проектів,

один проект, але від менеджера залишить, як він буде здійснювати генеральну лінію відбору, селекції інформації та кореляцію діяння різних акторів проектних інтенцій. Проектанти починають діяти в тих масштабах і тих рамках, які визначають межі проектування як чорний ящик, прозорий ящик і як рефлексивну самоорганізуючу систему.

Отже, якщо спробувати ввести ці механізми проектного процесу в контекст глобалізаційних процесів культури, то можна констатувати, що в більшості вони існують в рамках біполярних систем соціопрагматики культури як чорний ящик, де рішення приймаються емоційно, зневацька та без повинного прорахунку результатів і наслідків, або як прозорий ящик, де прагматика виглядає жорсткою і не динамічною, орієнтованою на усталені нормативи, що виникають в ланцюгу детермінації. Самоорганізуюча система не працює, якщо вона входить в контекст глобалізаційних процесів, існує як іманентний передпроектний аналіз, що здійснюється в рамках проектних стратегій окремих акторів, і не більше того.

Узгоджений консенсус як спільне прийняття рішень, делегування своїх проектних повноважень іншому актору глобалізаційних відносин, діалог є проблематичними. Поки що глобалізація залишається в рамках або м'якої або жорсткої, грубої сили, що свідчить про силову динаміку, яка лише констатує змагання систем, а не їх системогенез, де кожна з частин грає на своєму полі і одночасно на полі іншого гравця, випереджує зіткнення мотивацій, дій. Так, конфігурації з прийняття того чи іншого рішення формується в певному форматі оптимального визначення констант спільної дії.

Отже, можна констатувати, що гармонізація глобальних процесів культуротворчості найбільш вдало здійснюється там, де простір глобалізації є більш гомогенним. Це, зокрема, реклама, дизайн і мода. Так, саме маркетингова та інструментарій соціального, політичного маркетингу тут опрацьовується як своєрідні стратегії, що використовуються в різних культурних практиках. Адже реклама працює з найбільшим гомогенним простором. Соціопрагматика реклами найбільш піддається маркетинговій. Тобто об'єкт реклами: товар, послуги є релевантними в плані того, що передбачені як система очікувань та бажань. Тут явно визначена фінансова або бізнесова складові, починаючи від окремих корпорацій та закінчуючи спільними угруповуваннями цих корпорацій, що свідчить про їх суспільну значущість і трансформативність.

Майбутнє як проектна реальність в соціальному маркетингу визначається в три етапи: визначення точок залежності цільової аудиторії, від якої практично залежить проведення маркетингу і визначити, як це вплине на зміну поведінки; підготовка до тестування повідомлення з урахування потреб і мотивацій цільової аудиторії; запуск програми імагінація і проведення рекламних кампаній. Отже, всі ці етапи розгортаються на передпроектний аналіз, саме проектування, керування проектом.

Модель чорного ящика дуже вдало використовується радикалами від культуротворчості і тими партіями, які працюють на рівні фолку. Фактично модель можна визначити в три етапи: введення потрібного виду

емоцій – гніву або страху, який транслюється в медіа, персоналізується в певних флеш-іміджах, що стають пріоритетними, бажаними і потрібними для утримання гомеостазу системи; утримання даного виду емоцій в загальній картині світу, що стає генералізованою емоцією і набуває тих глобалістських інтенцій, які втягують в своє поле очікування базового стану (екологічна криза, війни та ін.), що призводить до мутацій ідеології, міграцій і інших процесів; віртуалізація емоційних станів та їх універсалізація у вигляді патернів і гештальтів дії, що здійснює масовий образ бажаного стану, який ідентифікується зі станом продуцента.

Сугестивне позиціонування проектування має під собою власне чорний ящик, утримує його пріоритети на висоті високих культурних цінностей, які отримуються від чорного піару, чорного гумору і чорних піар-технологій. Таким чином, «чорнота» ящика розповсюджується від чисто «проектної» технології до медійно – транспортабельних, віртуальних акцій. Запускається в дію «машина бажань», яка існує в суспільстві, наповнює цей ящик тими чи іншими емоційними інгредієнтами. Шлях генералізації емоцій стає шляхом гуманізації або дегуманізації проблемної ситуації, відбувається певна гармонізація інформаційних процесів культуротворчості. Важливо утримати увагу на потрібному об'єкті, знизити ризики емоційних струсів і збільшити бажання індивідуального контролю над ситуацією, яка інколи виходить на рівень революцій, радикальних змін і тих мегапроектів, які призводять до трансформації самого суспільства, що знаходиться в стадії безкінечних очікувань, катастроф і війн як трансформерів соціальності.

Гармонізація відбувається завдяки тому, що актори процесів глобалізації працюють в консенсусі, мають спільний проект, де гармонія як абсолют є передумовою будь-яких відхилень в рамках коливань потреб, мотивів та діяльності. Отже, маркетингова культура призводить до її перетворення в великий супермаркет, культура стає більше масовою. Масовою в різних значеннях: популярною інформацією, що доходить до серця всіх, масовою, яка має розгорнуту інфраструктуру клішованих і заданих зовні коридорів комунікації. Так, інфраструктури реклами, брендингу, дизайну, моди фіксують та формують споживання на рівні споживацьких інтересів та стратегій, більше того, програмують, розвивають, моделюють і перетворюють його на тотальний соціальний проект культуротворчості.

Які можна назвати механізми гармонізації, що відбувається в рамках тотальної гомогенізації потреб, смаків, інтересів і взагалі мотивації діяльності, поведінки, стану? Зупинимось лише на одному із головних механізмів, який визначають як брендинг. Бренд – це образ товару, послуги. Бренд – це ідеально сконструйований об'єкт, який заміщує собою фізичний або матеріальний об'єкт. Брендинг – це просування ідеальних об'єктів на ринок, їх стратифікація, кодифікація, персоналізації у вигляду того чи іншого імені, фірми, флеш-іміджу. Генеалогічно семантика поняття «бренд» походить від «тавро». Бренд – це маркер семантичного «випалювання» простору. Всі ці чинники характеризують процеси глобалізації як певну тоталізацію бренду. Торгівля ідеальним продуктом, який несе в собі повідомлення, утворюється в певних



технологіях, упакується в певну візуальну, вербальну, конкурентоздатну субструктуру товару. Ідеальні інтенції існують ніби поза текстом, поза імагінацією, поза технологіями вживлення в свідомість суб'єкта культури домінантної ідеї. Бренд, однак, є сама ця технологія, саме здійснення функціонування ідеального в досвіді його просування на ринок.

Втім брендинг невід'ємний від реклами, піар-компаній. Реклама в широкому розумінні – це система ідентичностей, що нав'язується людині. Можна стверджувати, що найбільш глибинними кодами ідентифікації або ідентичності є поглинання їжі, секс і інші органічні почуття, які працюють як експліцитно, так і імпліцитно. Реклама найбільш використовує ті форми, де сюжет є фіксованими. Саме поглинання позначаються як «причащення» до абсолюту рекламного повідомлення. Причащення є тим старовинним кодом, коли поглинання приєднує до кола посвячених. Тобто реклама перетворюється на певну негативну літургію. Негативну – тому, що абсолют заміщується товаром і продається за певні кошти. Адже ця літургія для оглашених, тих, хто ще не залучився до кола споживачів рекламного продукту. Це така ж ефективна система гармонізації як модельно-проектний бізнес, модельно-проектна стратегія продукування емоцій, зведення потреб людини до органічних бажань.

К. Сальнікова пише: «Тотальне циклічне розуміння динаміки буття робить ці процеси не просто вбудованими в нерозривне коло – вони стають метафорами один одного. Тобто, їжу взагалі слід вживати як метафору життя і воскресіння. Це є цілком зрозумілим і з точки зору сучасної буденної свідомості. Адже сама смерть в свідомості первинного суспільства була породжуючим витоком; земля – це пекло, земля – мати народжує не одні рослини, а й тварин та людей. Образ смерті, що породжує, викликає образ круговороту, в котрому те, що гине, знову народжується. Земля, ріт, чрево та породжуючий орган здаються метафорами один одного» [5, с. 21].

Тотальна міфопоетика поглинання в рекламі та глибинні механізми трансформації міфів, що давно редуковані в культурі, перетворює об'єкти споживання на семіологічні об'єкти, що підживлюються в рекламі. Реклама продукує універсальну риторичку обміну цінностей на підставі метафоризації реальності. Метафори, бренди стають модельно-компаративним або модельно-проектним простором гармонізації культуротворчості.

Формується нова сакральність культури споживання на підставі експлуатації міфогенного простору причащення до абсолюту (рекламний абсолют ототожнюється з сакральним). Гармонізація глобальних процесів культури може відбуватися паралельно з глобалізацією як гомогенізація, редукція, може бути альтернативним проектом, що продукує надцінності життя, надцінності сакрального, може бути апеляцією до нередукованого абсолюту.

Проекти патерни і гештальти соціокультурних систем – це набір тих констант, які в системі проектування передбачають майбутнє як завершену гармонійну цілісність. Глобалізація культури має гармонізуючі чинники, якщо вона використовує проектно-модельні конфігурації проектування дизайну, реклами, моди та інших сучасних практик культуротворчості, зокрема брендингу, піар-технологій.

*Висновки.* Соціокультурні системи в цілому реалізують свій потенціал в рамках культурного системогенезу, коли кожна з окремих частин визначає свій потенціал як специфічну відповідь на виклики та ризики буття. Соціокультурна система в цілому функціонує в рамках гармонізації, що формуються в тій проектній діяльності, яка визначається різними акторами культуротворчості як носіями культурно-історичного потенціалу в цілому.

Якщо говорити про провідні моделі проектного практису, які зараз працюють в рамках гармонізації глобалізаційних відносин, то це переважно чорний ящик і прозорий ящик, які є конфліктними, амбівалентними і доповнюють одна іншу в плані того, що чорний ящик обтяжений вибуховістю та спонтанністю емоційних рішень, а прозорий ящик обтяжений соціопрагматикою, яка нівелює будь-які емоційні, духовні, сакральні цінності.

Проектний процес як самоорганізуюча система – це той ідеал, який поки що не здійснюється. Не працюють, ані екологічні, ані гуманні планетарні цінності. Естетичний ідеал, абсолют персоналізують надцілісність людського «Я», людського духу, визначають ті маркери життєздатності великих систем, якими є цивілізація, культура, антропогенні, антропоморфні ландшафти в їх широкому розумінні.

#### Список використаних джерел

1. Анохин П. К. Избранные труды. Философские аспекты теории функциональной системы / П. К. Анохин. – М.: Наука, 1978. – 400 с.
2. Бахтин М. М. Эстетика словесного творчества / Михайл Михайлович Бахтин. – М.: Искусство, 1979. – 424 с.
3. Джонс Дж. К. Инженерное и художественное конструирование / Джонс Дж. К. – М.: Мир, 1976. – 369 с.
4. Маклюэн М. Понимание медиа: внешнее расширение человека / Маршалл Маклюэн; пер. з англ. В. Николаева. – М.: «Гиперборел», «Кучково поле», 2007. – 464 с.
5. Сальнікова Е. В. Эстетика рекламы / Е. В. Сальнікова. – М.: Алетея, 2001. – 288 с.
6. Хантингтон С. Столкновение цивилизаций и преобразование мирового порядка / Самуель Хантингтон; пер. с англ. Т. Велимеев, Ю. Новиков. – М.: ООО «Издательство АСТ», 2003. – 603 с.

#### References

1. Anohin P. K. Izbrannyye trudy. Filosofskie aspekty teorii funktsional'noy sistemy / P. K. Anohin. – M.: Nauka, 1978. – 400 s.
2. Bahtin M. M. Jestetika slovesnogo tvorchestva / Mihail Mihajlovich Bahtin. – M.: Iskusstvo, 1979. – 424 s.
3. Dzhons Dzh. K. Inzhenernoe i hudozhestvennoe konstruirovaniye / Dzhons Dzh. K. – M.: Mir, 1976. – 369 s.
4. Maklujen M. Ponimanie media: vneshnee rasshirenie cheloveka / Marshall Maklujen; per. z angl. V. Nikolaeva. – M.: «Giperborel», «Kuchkovo pole», 2007. – 464 s.
5. Sal'nikova E. V. Jestetika reklamy / E. V. Sal'nikova. – M.: Aletejja, 2001. – 288 s.
6. Hantington S. Stolknovenie civilizacij i preobrazovanie mirovogo porjadka / Samuel' Hantington; per. s angl. T. Velimeev, Ju. Novikov. – M.: OOO «Izdatel'stvo AST», 2003. – 603 s.

*Tanska L. V., senior teacher of department of management of tourism, Deputy Director of the Institute of Philology career guidance and Communications of the Open International University of Human Development «Ukraine» (Ukraine, Kyiv), tanska2008@ukr.net*

#### Harmonisation of globalization processes of culture as project-model symbiosis

*Modern projects create a range of reflection, that reflects the constructive sense of project activity as such, and based on this internal «review» the project takes the test on hyper-critical analysis and a specify deconstruction of project idea. The system of project decisions determines how much a project proposal is effective or not effective.*

Many proposals can stay at the project stage and to function only as a project, but to be not less effective than their competitors. There is a project area that does not need a fulfilment, as it is deprived of pragmatic and utilitarian tasks.

Project essence of design models sometimes universalizuyetsya so that it is enough to make this area of social life in certain socio-cultural realities, while remaining project, acquired the status of an object kulturotvorchoosti committed. It is essential for social engineering.

Purpose of the article – to define design-model context of cultural values in the space of globalization culture.

**Keywords:** culture, project reflection, project decision, pragmatics, deconstruction.

\* \* \*

УДК 162.6

**Тищенко М. В.,**  
аспірант, Київський національний університет  
ім. Тараса Шевченка (Україна, Київ),  
nik\_16@ukr.netmailto:nik\_16@ukr.net

### ПЕРСПЕКТИВИ ФОРМАЛІЗАЦІЇ КОНТЕКСТУ АРГУМЕНТАЦІЇ В ПРАГМА–ДІАЛЕКТИЦІ

Аналізуються сучасні дослідження в галузі теорії аргументації. Метою є з'ясування можливостей імплементації поняття контексту в формальну модель прагма–діалектичної критичної дискусії. Стаття розглядає дві моделі формалізації критичної дискусії, обидві у вигляді діалогової гри. Перша – авторства Еріка Краббе, друга – Джекі Віссера. Після виокремлення їхніх суттєвих характеристик визначається можливість специфікації запропонованих дослідниками формалізацій для різних типів контексту. В якості прикладу розглядається контекст переговорів, для чого визначаються його відмітні риси з точки зору прагма–діалектики. Після оцінки можливостей їхньої формальної стверджується, що для повноцінного відображення контексту переговорів недостатньо лише діалогово–ігрових компонентів формалізації. Їх необхідно розширити ще уявленням про бажання учасника дискусії та його пріоритети в переговорному процесі.

**Ключові слова:** контекст аргументації, прагма–діалектика, критична дискусія, діалогова гра.

Останні 20 років інтерес до вивчення аргументації з боку комп'ютерних наук неспинно зростає. Першою спробою інтеграції поняття аргументації сферу штучного інтелекту прийнято вважати статтю Фан Мін Данга (Phan Minh Dung) «Про прийнятність аргументів та її фундаментальну роль у немонотонній аргументації, логічному програмуванні та іграх з  $n$ -ною кількістю гравців» (On the acceptability of arguments and its fundamental role in nonmonotonic reasoning, logic programming and  $n$ -person games) [2]. Після публікації цієї праці у 1995 році значна кількість науковців звернулася до дослідження тематики аргументації з точки зору комп'ютерних наук та теорій штучного інтелекту. Серед них можна виокремити Саймона Парсона (Simon Parsons), Пітера МакБерні (Peter McBurney), Лейлу Амгуд (Leila Amgoud), Девіда Вулдріджа (David Wooldridge), Генрі Праккена (Henry Prakken) та інших. Через те, що комп'ютерні науки вимагають жорсткої формалізації, питання формалізації аргументації зайняло одну з провідних позицій. Притому не лише в галузі комп'ютерних наук та теорій штучного інтелекту, але й всередині самої теорії аргументації.

Розробка формальних систем аргументації дуже давно була одним з інструментів теорії аргументації, проте зацікавленість комп'ютерних наук вивела її на перший план. Останнім прикладом звернення науковців з галузі теорії аргументації до проблеми формалізації стала публікація в цьому році одразу двох статей, присвячених спробам формалізувати прагма–діалектичну критичну дискусію. Перша була

запропонована Еріком Краббе (Erik Krabbe) у статті «Формалізація критичної дискусії» (Formalization of Critical Discussion) [4], друга – Джекі Віссером (Jacky Visser) у статті «Мовленнєві акти у діалогово–ігровій формалізації критичної дискусії» (Speech Acts in a Dialogue Game Formalisation of Critical Discussion) [10]. Метою обох статей було створення інструментарію для формального моделювання прагма–діалектичної критичної дискусії.

Але критична дискусія – не єдиний здобуток прагма–діалектики в галузі теорії аргументації. Під керівництвом Франса ван Еемерена (Frans van Eemeren), у межах цього підходу наприкінці 2010–х років було розроблену теорію контекстів аргументації, яка повинна була вирішити проблеми, які Ф. ван Еемерен виокремив у розповсюдженій типології діалогів Дагласа Волтона (Douglas Walton) та Е. Краббе. Остання, в свою чергу, знайшла відгук в межах комп'ютерних наук та теорій штучного інтелекту, які запропонували значну кількість різних формалізацій для відображення різних типів (або контекстів) діалогу.

Ця стаття закликана дослідити, чи можлива формалізація прагма–діалектичного поняття контексту аргументації. В якості прикладу будуть розглянуті вже наявні формалізації контекстів з типології Волтона–Краббе. Для цього будуть коротко розглянуті обидві спроби формалізації поняття критичної дискусії, окреслено взаємозв'язок поняття критичної дискусії з прагма–діалектичним поняттям контексту аргументації, та вказані основні методи формалізації поняття контексту в інших формалізованих системах.

1. Формалізація критичної дискусії як діалогової гри.

Діалогова гра є одним з найпоширеніших методів формалізації аргументації. Вона була запропонована ще в 1970 році у монографії Чарльза Гембліна (Charles Hamblin) «Помилки» (Fallacies) [3]. З того часу науковцями в галузі теорії аргументації було запропоновано багато ігор, які дозволяють формалізувати різні елементи аргументації. Гра, запропонована Ч. Гембліном, отримала назву  $H$ , серед інших розповсюджених ігор можна виокремити  $DC$  авторства Джима МакКензі (J. D. MacKenzie),  $CB$  Д. Волтона та  $PPD$  Д. Волтона та Е. Краббе. Діалогові ігри задаються за допомогою визначення синтаксичних правил, дозволених локуцій, або діалектичних ходів, та правил зміни поля зобов'язань.

Колі комп'ютерні науки та теорії штучного інтелекту звернулися до аналізу аргументації, саме діалогові ігри склали основу їхньої формалізації. Цей підхід і обрали Е. Краббе та Д. Віссер у своїх спробах формалізувати критичну дискусію. Помітною спільною рисою цих підходів, яка відрізняє їх від інших формалізацій, є наявність двох тестів, або процедур, які працюють як функції, областю значення яких є множина  $\{1,0\}$ , де 1 позначає успішну перевірку, а 0 – невдалу.

Перший тест називається «процедура інтерсуб'єктивної ідентифікації» (intersubjective identification procedure, або ІІ), і його метою є встановлення тотожності висловлювання, стосовно якого була проведена ця перевірка, до якогось висловлювання з множини тих, які були визначені прийнятними для обох учасників. За правилами обох ігор множина загальноприйнятних висловлювань має бути непорожньою, оскільки