

УДК 316.255+316:654.195.6

## **ВТОРЯЧИ Г. ЗІММЕЛІВІ: ЕСТЕТИКО-СОЦІОЛОГІЧНИЙ ДОСВІД ДОСЛІДЖЕННЯ МОБІЛЬНОГО ТЕЛЕФОНУ**

**Петренко-Лисак Алла Олександрівна** – кандидат соціологічних наук, доцент кафедри галузевої соціології факультету соціології Київський національний університет імені Тараса Шевченка

*Звертаючись до праць Г. Зіммеля і керуючись його методологією, в статті представлено спробу прояснити соціальну сутність і значення мобільного телефону через його предметно-речову феноменологію. Здійснено редукцію мобільного телефону до його соціального смислу. Дана стаття - це спроба соціологічно концептуалізувати матеріальний об'єкт, річ (мобільний телефон) як смислову єдність, а не просто матеріальну річ. Мобільний телефон описується як маркер, знак, ідентифікатор соціального суб'єкта – суб'єкта-комунікатора. Мобільний телефон в статті представлено не як технічний пристрій для здійснення голосового спілкування, але є частка соціального простору.*

**Ключові слова:** мобільний телефон, комунікативний простір, суб'єкт-комунікатор.

*Обращаясь к работам Г. Зиммеля и руководствуясь его методологией, в статье представлена попытка прояснить социальную сущность и значение мобильного телефона сквозь его предметно-вещевую феноменологию. Произведена редукция мобильного телефона к его социальному смыслу. Данная статья – это попытка социологически концептуализировать материальный объект, вещь (мобильный телефон) как смысловое единство, а не просто материальную вещь. Мобильный телефон описывается как маркер, знак, идентификатор социального субъекта – субъекта-коммуникатора. Мобильный телефон в статье представлен не как техническое устройство, но как частица социального пространства.*

**Ключевые слова:** мобильный телефон, коммуникативное пространство, субъект-коммуникатор.

*Social essence and value of mobile phone through its in-thing phenomenology is presented in the article. The method of G. Simmel is used in this analysis. Reduction of mobile telephone is produced to its social sense. This article is an attempt sociologically conceptualizes a material object, thing, is a mobile phone - as semantic unity, but not simply material thing. A mobile phone is described as a marker, sign, identifier of social subject. In the article a mobile phone is presented as technical not device, but as a particle of social space.*

**Keywords:** mobile phone, communicative space, subject-communicator.

Мовою соціології річ описується як маркер, знак, ідентифікатор соціального явища, що прихований при прямому спостереженні, проте який виявляє себе в матеріальному об'єкті. Так, наприклад, мобільний телефон буде матеріалізацією вузла комунікативного простору. Соціологія декодує речі, проблематизуючи їхні соціальні “означаючі”. Тож навіть зриму та дотичну річ редукувати до нематеріальної “соціальної речі”? Можливо, відповідь в тому, аби проявив себе не матеріальний, онтологічний, і не психічний рівень, але рівень смислів, проміжний між ними рівень, соціальний. Г. Ріккерт визначив його світ смислів, - проміжний між світом цінностей і буття. Адже соціальне – це світ, простір смислів. Такі міркування виклав В. Вахштайн в своїй вступній статті до збірки “Соціологія речей” [1, с. 9-10]. Згадуючи Е. Дюркгейма, який постулював “визначати соціальне соціальним”, ми звернемося до прояснення сучасних мобільних комунікацій за означеним принципом, оскільки комунікація, що здійснюється суб'єктом мобільних комунікацій (суб'єктом-комунікатором), будучи похідною від соціальних детермінант, прямує до соціальних ефектів. Суб'єкт-комунікатор діє в комунікативному просторі – сфері зародження, перебігу, відтворення, здійснення комунікацій, де головними суб'єктами практик є комунікатори - діючі суб'єкти, які створюють і передають повідомлення, використовуючи комунікативні пристрої (що цікаво, - в техніці комунікатором називають механізм, що передає інформацію або перемикає канали її передачі).

Місце і роль мобільного телефону в плінні буденного життя сучасного суб'єкта економічно, практично і утилітарно оцінені, тоді як наукова увага соціології до ролі і значення мобільної телефонії в

сучасній буденності не вивчені достатнім чином. Окремі розвідки соціальних характеристик мобільної телефонії представлені в російській соціології (С. Бондаренко, Б. Гладарев, О. Вершинська, В. Голофаст, Я. Засурський (в т.ч. низка науковців факультету журналістики МДУ ім. М. Ломоносова) та ін.), європейських та Північно-американських (Г. Гезер, Р. Лінг, Дж. Кребтрі, М. Фераріс, Ю. Роос, Ф. Парагас, С. Планта та ін.) студіях; західними дослідниками видано навіть декілька збірок статей, присвячених даній тематиці. Інтерес західної соціології до мобільної телефонії активізувався в 90-ті роки ХХ ст., тоді як на терени пострадянського простору інтерес соціології до даної теми якщо й прийшов, то до вкрай малочисельної групи науковців. Зрештою, можна сказати, що інтерес тільки-но зароджується. Інтерес до вивчення мобільної телефонії у вітчизняній соціології демонструють дослідники у Інституту соціології НАНУ, що засвідчено фактом проведення ним у 2007 році дослідження ставлення громадян до мобільних телефонів. Також у листопаді 2011 р. компанією “Research & Branding Group”<sup>1</sup> було проведено дослідження громадської думки населення України стосовно ставлення громадян до мобільного зв'язку.

Соціальна значимість та наукова цінність інтересу до даної теми є безсумнівною. Ідея про те, що комунікація, будучи фундаментальним підґрунтям людської діяльності, модифікувалася завдяки взаємодії соціальної структури, соціальної практики і нового асортименту технологій зв'язку і, відповідно, являтиме цим ознаку глибоких соціальних перетворень. Чимала частка інновацій пов'язана з мобільністю пристроїв та розширенням комунікативних сервісів. Західною соціологією вже проаналізовано і описано наступні проблеми аналізу мобільної телефонії:

- з'ясовано характер і динаміку розповсюдження мобільного зв'язку з огляду на територіальну та національну, демографічну та економічно-споживачську специфіку, досліджено політичний потенціал мобільної телефонії, її соціокультурні особливості;
- здійснені порівняння сервісу мобільного зв'язку з іншими комунікативними пристроями (стаціонарним телефоном, Інтернет, факсом, телетайпом тощо);
- досліджено особливості стилю комунікації посередництвом мобільного зв'язку, зародження новітньої комунікативної стилістики;
- описано поліфункціональність мобільної телефонії: соціальна (контроль, управління) і технологічна (фото, відео, радіо, Інтернет тощо);
- досліджено зміни повсякденності з огляду на розширення практик застосування мобільної телефонії в плинні буденного життя, розрив меж приватності та публічності, зміни в сприйнятті соціального часу і простору.

В даній статті ми звертаємося до досвіду (див. [2], [3]) і керуємося його методологією в проясненні сутності і значенні мобільного телефону через його предметно-речову феноменологію. Метою нашої розвідки є редукція мобільного телефону до його соціального смислу. Це спроба представити соціологічну концептуалізацію матеріального об'єкту (мобільного телефону) як смислової єдності, а не просто матеріальної речі.

Мобільному телефону як речі притаманне відмінне його сприйняття як “екземпляру” від подібного, і як “виду” від іншого. Мобільний телефон – це пристрій вдосконаленого телефонного апарату, що виступає посередником в зв'язку суб'єктів-комунікаторів (суб'єктів процесу комунікації в комунікативному просторі), який як річ технічно становить цілу низку окремих речей (за техніко-функціональними та програмними можливостями і за дизайном), – але нам в межах даної статті цікавою є не стільки його онтологія, як його соціальна логіка. Проблематизація “соціальної логіки” мобільного телефону дозволяє стверджувати, що характер мобільного телефону як соціальної речі залежить від того чи є він цілим, самодостатнім чи є часткою чогось більшого. Мобільний телефон є проекцією подвійності відносин індивіда та суспільства. Як і пограничність рамки картини, що не є ані частиною самої картини, ані частиною її фону, мобільний телефон є вираженням “пограничності” між соціальним суб'єктом, індивідом та суспільством, соціальними інститутами. Мобільний телефон займає проміжний локус між особистісним простором індивіда і зовнішнім соціетальним простором. Мобільний телефон – це точка інтерференції цих просторів. Так, власник мобільного телефону, належачи до певного соціального кола, водночас належить і до інших соціально-групових утворень, які його оточують, “як середовище оточує вазу”. Мобільний телефон демонструє собою готовність соціального суб'єкта до виконання практичних задач комунікації, говорячи словами Г.Зіммеля можна сказати щодо мобільного телефону те, що він так само як і описувана ним ручка вази “вимагає від індивідуума, щоб він, зберігаючи свою роль в органічній замкненості одного кола, водночас служив цілям іншої, більш широкої громадськості й посередництвом цього служіння сприяв включенню більш вузького кола в коло його переважаюче” [2, с. 46]. Власник

<sup>1</sup> Офіційний сайт компанії: <http://www.rb.com.ua>.

мобільного телефону переліком контактів в телефонній книзі чітко окреслює внутрішнє коло своїх комунікацій, а перелік вхідних та вихідних контактів засвідчує зовнішні кола його комунікативних практик, документом перетину яких виступає власне сам суб'єкт-комунікатор.

Мобільний телефон суть “символічне відношення”, матеріальний об'єкт, що є метафорою символічного, “соціальна логіка” якого полягає в тому, що важливо не те, чим він “є” (ЩО він є), а те, що він “говорить поглядом”, те як він “читається”. Абонентська книга мобільного телефону, сигнали виклику окреслюють межі сфери соціальних комунікацій і презентацій суб'єкта, причому таких, які він визначив самостійно. Мобільний телефон як символічна метафора – є свідченням розташування індивіда “на межі світів” – внутрішнього (приватного) і зовнішнього (публічного).

Мобільний телефон являє собою не просто технічний пристрій для здійснення голосового спілкування, але є частиною соціальної іпостасі індивіда. Індивід, який є суб'єктом мобільної телефонії, водночас є як відкритим до комунікації, так і закритим. За умов увімкненості телефонного апарату презентується відкритість до соціальних контактів, до спілкування, тоді як індивід в змозі скористатися технічними можливостями мобільного телефону і зв'язку, щоб свідомо обмежити коло або час особистої комунікативної доступності.

Мобільний телефон є унікальною комунікативною рамкою. Цілком звичним є питання до співрозмовника по мобільному телефону “Ти де?”, на відміну від стаціонарного дротового телефонного зв'язку, для якого подібне питання є недоречним (хіба що в радіусі переміщення телефонного апарату по приміщенню). В мобільній телефонії вся правда про реальність свого знаходження лежить в межах свідомого бажання суб'єкта-комунікатора говорити правду. Як рама картини, що чітко розмежує реальний простір від того, що спостерігається на полотнищі, і не орієнтує спостерігача в тому, чи знає він, ДЕ та змальована місцина Є, і чи взагалі вона є ТАКОЮ. Суб'єкти як мобільні комунікатори в змозі відтворювати комунікативну реальність без повномірної взаємодії.

Мобільний телефон створює навколо суб'єкта окреме соціально-комунікативне буття, вираженням якого виступає статус абонента “в мережі” або “поза зоною досяжності”. Суб'єкт мобільної телефонії знаходиться водночас в двох світах: на зв'язку і поза ним. Цим зв'язком є відношення “суб'єкт – комунікативний простір”. В реальних локальних комунікаціях “face-to-face” суб'єкт присутній, тоді як мобільна телефонія дає можливість суб'єкту обирати момент комунікації, відстрочувати її. Подібно до того, як ручка посудини, “за яку її беруть, піднімають, наповнюють, вона зримо вторгається в світ дійсності, в світ відносин до всього зовнішнього [2, с. 44], так мобільний телефон є річчю, що розмежує, а іноді і розмиває світ суб'єктивного, приватного, недоступного і зовнішнього, публічного, доступного. Але не тільки суб'єкт визначає умови комунікації. Сам телефонний пристрій, пов'язуючи індивідуальне суб'єкта і оточуючий його комунікативний простір, регулює можливість комунікації станом телефонної мережі.

Мобільний телефон як символічний пристрій включений до суб'єктного соціального статусу, виступаючи соціальним маркером суб'єкта. Вигляд мобільного пристрою (його модель, вартість, програмно-технічне оснащення) втілює в собі два світи – зовнішній, що спрямовує через нього свої устремління, і внутрішній, що (іноді ігноруючи зовнішній) вимагає від суб'єкта споживацької компетенції. Телефонний апарат є не просто пристроєм придатним для виконання відповідних практичних функцій, але й має переконувати в цьому своїм зовнішнім виглядом оточення свого власника. Це цілком помітно, коли спостерігається невідповідність між функціональним навантаженням телефону і вправністю його власника. Як ручка посудини, яка до неї прикріплена (але не злита з єдиного матеріалу) може підкреслювати привнесеність зовнішніх сил, вказувати на її походження від зовнішнього порядку речей, так вартісний телефон у невідповідному йому статусі (фінансовому, віковому, гендерному) його власника визначає не стільки його власний статус, скільки зовнішній статус з його оточення. “Зливу” форму суб'єкта мобільної телефонії і телефонного пристрою визначає їхня відповідність один одному. Дистанція між мобільним телефоном і суб'єктом визначає обмеженість, жорстку визначеність комунікативного простору суб'єкта зовнішніми силами/агентами. Враження від невідповідності мобільного телефону і його власника може бути продемонстроване “невдоволеністю” (як внутрішньою, так і зовнішньою), якщо смислове, утилітарне призначення телефону повністю зневажається, не застосовується. Звернемося до Г. Зіммеля: “І ніяка зовнішня декоративна краса не може компенсувати того, що внутрішня тенденція посудини до єдності поглинула її відносність до зовнішнього світу. І навпаки, крайня відчуженість ручки від посудини як цілого, крайнє вираження її призначеності практичній меті очевидне в тому випадку, коли ручка накладна і взагалі не має жорсткого зв'язку з корпусом посудини. Мовою матеріалу це часто підкреслюється тим, що ручка і посудина зроблені з різного матеріалу” [2, с. 45]. Етичний та статусний моменти мобільного телефону виступають складовою соціальною оцінки, її характеристикою (критичністю чи припустимістю соціального явища), де єдність, відповідність визначаються як вдала комбінація, але при цьому невідповідність вимагає скоріше тлумачень та пояснень, а ніж визначається як невдале

поєднання. Адже причин невідповідності статусу власника мобільного телефону і самого пристрою може бути чимало: від подарунку до некомпетентності користувача.

В сучасному світі свідомо залишатися осторонь мобільної телефонії можна, проте це свідчення або соціального протесту, або соціопатії чи соціофобії, або відсутності технічних можливостей чи потреби у віддалених контактах. Мобільний телефон в сучасному комунікативному світі нав'язує себе як обов'язкового посередника. Його призначення і функціональність примушують індивідів за умов розширення соціальних контактів і пришвидшення плину соціальних практик звертатися до себе. Наявність мобільного телефону у суб'єкта свідчить про його залученість до соціального простору оперативних комунікацій.

Мобільний телефон, будучи пристроєм, що поєднує, водночас виступає дистанційним об'єктом, що або долає відстані, або їх створює. Мобільний телефон втілює синтез соціальних комунікацій і особистий простір суб'єкта, будучи мультифункціональним пристроєм. Сучасний мобільний телефон (смартфон) вміщує в собі годинник, калькулятор, довідники, радіо, ТБ, фото- і відеокамери, документозберігач, Інтернет-доступ, розваги, словники-перекладачі тощо. Вимкнувши функцію телефонного зв'язку, суб'єкт залишає собі багатфункціональний комунікативний пристрій з соціальним світом (статус суб'єкта "наодинці з усім світом"). Телефонний пристрій готовий до виконання своїх далеко не сутнісних для телефонії функцій, але від того він не перестає бути телефоном й продовжувати інформувати світ про те, що "абонент поза досяжністю", повідомляючи тим самим відстрочку "зателефонувати пізніше". "Можливо, це і складає багатство життя людей і речей, що покоїться на багатоманітні їхньої взаємоналежності, на одночасності зовнішнього і внутрішнього, на зв'язку і злитті з одного боку, які в той же час є і розірванням, оскільки їм протистоять зв'язок, і злиття – з іншого", зауважив в свій час Г. Зіммель. [2, с. 46].

Мобільний телефон уособлює не стільки індивідуальність свого власника, скільки його стиль. "Стиль – це зняття особистості, розчинення індивідуальності в широкій громадськості" [3, с. 51], пише Г. Зіммель. В телефоні як продукті технічної творчості "стиль є чимось проміжним між неповторністю індивідуальної душі й абсолютної всезагальної природи" [3, с. 52]. Обираючи власне телефонний пристрій, індивід тим самим підкреслює не стільки свою індивідуальність, скільки свій стиль. Г. Зіммель писав: "Істинним життєвим принципом є стиль, а не індивідуалізація" [3, с. 52]. Особливо слід відзначити унікальні, оригінальні авторські моделі корпусів мобільних телефонів, які завдяки своєму мистецькому походженню набувають значимості, цінності, вартості, вступаючи в конкуренцію з технічною функціональністю. Телефон постає вже як предмет художньої творчості, а то й мистецтва. Підняти соціальну оцінку мобільного пристрою може і його власник, контакти і статусна позиція якого є суспільно оціненими.

Таким чином, зазначимо: мобільний телефон наповнює наше життя множинністю і співпереживаннями. Він цілком вже належить до гармонії сучасного світу, не всупереч, а саме завдяки тому, чим він є, - дозволяючи одному світові прийти, увійти, увімкнутися, запровадити, запропонувати, а іншому, навпаки, захопитися, прийняти, долучитися до прийдешнього.

#### **Література:**

1. Вахштайн В. Социология вещей и «поворот к материальному» в социальной теории // Социология вещей. Сборник статей / Под ред. В. Вахштайна. – М.: Изд. дом «Территория будущего», 2006. – С. 7-42.
2. Зіммель Г. Ручка. Эстетический опыт // Социология вещей. Сборник статей / Под ред. В. Вахштайна. – М.: Изд. дом «Территория будущего», 2006. – С. 43-47.
3. Зіммель Г. Рама картины. Эстетический опыт // Социология вещей. Сборник статей / Под ред. В. Вахштайна. – М.: Изд. дом «Территория будущего», 2006. – С. 48-53.