

потенціал значення виявляється через дію цього значення на індивіда. Одне і те ж значення змушує одного індивіда до самопожертви, героїчного вчинку тощо, а на іншого воно може не мати жодного впливу, залишити індивіда байдужим. Прагнення до свободи, до повалення злочинного антиукраїнського політичного режиму одних індивідів підняло під кулі охоронців бандитської влади, інших тільки до підтримки борців, але не до безпосередніх протистоянь на барикадах, третіх залишило байдужим до цієї боротьби.

Проблема соціальної енергії та її виявлення через дії індивідів набула для України надзвичайної актуальності та гостроти. Військова агресія РФ проти нашої Вітчизни, окупація нею українського Криму з особливою гостротою піднімає проблему боротьби із ворогом, який набагато сильніший за Україну. Тільки одне порівняння: за даними міжнародних аналітичних центрів армія РФ займає друге у світі місце за своєю потужністю, а військо України двадцять перше. Значною є перевага агресорів як у економічній сфері, так і за

людськими ресурсами. Що ж може протиставити Україна цій погузі загарбників? Чи не найголовнішим тут є наша соціальна енергія, вольовий потенціал кожного українця, спрямований на боротьбу проти жорстоких і підступних агресорів.

Наукові, у тому числі і соціологічні дослідження у цій сфері мають не тільки теоретичне але і суто практичне значення. Усвідомлення здійснених тут загальних допоможуть вирішити не тільки проблему захисту Вітчизни, але і розв'язати багато інших актуальних завдань, що стоять сьогодні перед Україною і українцями.

1. Вебер, М. Избранные произведения: пер. с нем / М. Вебер [сост., общ.ред. и послесл. Ю.Н. Давыдова; предисл. П.П.Гайденко]. – М.: Прогресс, 1990. – 808 с.
2. Сорокин П. Человек. Цивилизация. Общество/ Питирим Сорокин. – М.: Политиздат, 1992. – 543 с.
3. Яременко В.В. Новый тлумачний словник української мови у чотирьох томах / В.В.Яременко, О.М. Сліпущко. – Том 1, А-Є. – К.; Видавництво "Аконіт", 2000. – 941 с.

Татьяна Власова

УДК 141.78

### Личность в контексте нарративов культуры постмодерна

*Личность человека постмодерна (его/ее «селф») конструируется с помощью дискурсов и нарративов, извлеченных, как правило, из репрезентаций массовой культуры. Нарративы, – как личные, так и групповые, – помещают нас в «сюжеты» спектаклей и перформансов. Именно масс-культура конструирует значения для индивидов как потребителей культурального продукта, не имеющих более определенных текстов – метанарративов, – которые могли бы ориентировать личность в мире постмодерной экзистенции.*

**Ключевые слова:** масс-культура, референт, культурный продукт, консьюмеризм, репрезентация, нарративы, дискурсы.

*Особистість людини постмодерну (його/її "селф") конструється з допомогою дискурсів та нарративів, представлених, як правило, в масовій культурі. Наративи, - як особистісні, так і групові, - розміщують нас в "сюжетах" спектаклів та перформансів. Саме мас-культура конструює значення для індивідів як споживачів культурного продукту, які не мають більш визначених текстів - метанарративів, - які змогли б зорієнтувати особистість у світі постмодерної екзистенції.*

**Ключові слова:** мас-культура, референт, культурний продукт, консьюмеризм, репрезентації, наративи, дискурси.

*Mass-culture, as postmodern critics teach us, is a manifestation of late capitalism society in which social reality is structured by discourses and narratives (F. Jameson). The "self" of the postmodern individual is constructed with the help of discourses and narratives generally derived from the representations of mass-culture; the narratives – both personal and group-oriented ones – position us in the society of the "performances" and the "spectacles".*

*Generally speaking, culture commodifies representations with the aim of selling cultural product and enhancing a certain kind of conformism.*

*Specifically speaking, pop-culture of postmodern society constructs meanings for people who no longer possess definite texts with which to orient their existence. The problem is that mass-culture produces representations of the world that are both inaccurate and self-serving (B. Agger), which is the nature of all ideology (K. Marx, F. Engels). These representations are encoded in culturally constructed everyday life styles in which people receive and thus enact these representations as if they were ontologically inescapable. Popular culture reproduces us as a product of our time and place, it reproduces the body politics as well as political bodies (J. O'Neil). As a rule, people accept political representations of pop-culture unproblematically, refusing to distinguish between social and natural objects, denying us the meanings of our own identities. "Only to reproduce" is the characteristic trace of postmodernism, only reproduction – nothing apparently new – makes our society possess no originality, no elevated, intellectually penetrated narratives and discourses. The latter makes us adhere to J. Baudrillard's words: "The opposite of knowledge is not ignorance but deceit and fraud". And these words, namely, make us assert the importance of the educational mission of the teacher in general and the university instructor, in particular.*

**Key words:** mass-culture, referent, cultural product, consumerism, representation, narratives, discourses.

Самые авторитетные ученые наших дней единодушны в том, что тревожное ощущение будущего, катастрофического или освободительного, в канун нового тысячелетия сменилось предчувствием предела, окончания «того» или «иного»: высокого искусства, общественного класса, социальной демократии, идеологии ленинизма, половой идентичности и т. д. .

Постмодернизм оказался, как пишет Ф. Джеймсон, по сути, «очарованным» всем этим «деградированным» ландшафтом ширпотреба и китча, телевизионных сериалов и культуры «Reader's Digest», рекламы и мотелей, ночных шоу и второстепенных голливудских фильмов» [8, с. 2]. То, что произошло в подобном «эстетическом производстве», интегрировалось в общее товарное производство: экономическая «безотлагательность» все большего количества новых товаров все с возрастающим уровнем товарооборота определяет сегодня основные структурные функции и позиции эстетических новаций и экспериментов.

Поп-культура, «по определению» развлекающая или отвлекающая массы, обращаясь к их общим референтам, стала частью общего массового сознания: нам могут, например, не нравиться фильмы «несломленных супер-мачо» («Неудержимые»), но мы, безусловно, знаем их имена (С. Сталлоне, Б. Уиллис, М. Рурк, А. Шварценеггер, Д. Стэтхем и др.). Когда мы размышляем о нашей жизни – и личной и коллективной, – мы, как правило, смотрим

на нее сквозь «линзы» массовой культуры, используя цитаты, устойчивые выражения, девизы и песни в качестве стенографических записей того, что происходило с нами во времени, и как мы переживали все это «Make love, not war», «Freedom and love», «The End» («The Doors») и т. д., то есть мы репрезентируем нарративы – свои собственные и общекультурные, – используя при этом соответствующие дискурсы: совокупности вербальных манифестаций, отражающих определенную идеологию. Таким образом, поскольку человек является «животным, рассказывающим истории», то быть человеком означает иметь «истории» и рассказывать их. В конечном счете, как утверждают теоретики постмодерна, вся наша личностная организация по форме является нарративом, целостность нашего «Я» формируется «историей», организованным и осмысленным повествованием, конструируемым во времени [4, с. 422]. Не менее важно и то, что культуры также являются повествованиями, поскольку повествование представляет собой основную структуру «осознавания». В таком случае культура (в единственном числе) есть конкретизированное повествование, помещенное в локальный контекст.

Общеизвестно, что важной чертой свободного рынка позднего капитализма является его монокультурный характер, но также важно и то, что в потоке абсолютно доминирующего американского массового продукта отсутствуют эстетические

критерии; все вкусы и все потребности удовлетворяются рынком консьюмеризма. Следует отметить интересный факт: в культуре постмодерна возникает термин «консьюмеризм имиджа». Консьюмеристская аура распространяется теперь на все, что имеет «нимб» реликвии: от нижнего белья Мерилин Монро до «Понтиака» Аль Капоне. Таким образом культура коммодифицирует репрезентации с целью продажи культурного продукта и усиления определенного конформизма.

Репрезентации содержатся в кодированных текстах поп-культуры, воздействие которых не извлекается из дискурсов, но скорее «разбросано» в ежедневной жизни, в том, что феноменология называет «естественным отношением». В подобном отношении люди принимают «внешние» стороны беспрепятственно, отказываясь проводить различия между социальными и природными объектами; последнее относится в том числе и к упомянутым мифообразам секса и преступности, репрезентированных в масс-текстах американского кинематографа. Следовательно, массовая культура является политическим дискурсом даже тогда, когда «собеседники» в этом дискурсе не обладают властью в равной мере.

Мы конструируем дискурсы и в то же время являемся конструктами определенной идеологии, определенных идеологием – частей политических и социальных рекомендаций, скрытых в культуральных выражениях. Мозаика этих фрагментов составляет то, что и называется сегодня массовой культурой. В целом, эта мозаика охватывает те точки зрения и взгляды, которые уже являются гегемонными: например, изображение женщин в литературе, кинематографе и СМИ предлагает соответствующие гендерные отношения и соответствующую репрезентацию.

Характерной чертой любой массовой культуры является, как известно, ее вторичность. Сегодня эта «репродуктивность» приобретает особые измерения. Репродукция занимает место реальности; мы живем в том, что уже было прожито, мы воспроизводим то, что представляет не реальность, но образ, и в этом тоже состоит специфика нашего времени [7, с. 48-49]. Последнее, как известно, позволило Ж. Бодрийеру сделать

свое знаменитое заключение о том, что репрезентация образа знака проходит четыре последовательные исторические фазы, завершаясь симулякрот: радикальным отрицанием знака как ценности, переворотом значения и смертным приговором референту [1, с. 259].

Еще раз подчеркнем: последние десятилетия уникальны в том отношении, что они полностью лишены оригинальности, все скудные ресурсы изобретений и новаторства ограничены паразитической репродукцией. Все в постмодерне откровенно зависит от репродукции: «игра» заключается в том, чтобы сфабриковать своего рода знание, которое хотя и кажется расширяющимся и доступным широкой аудитории (например, благодаря интернет-ресурсам), на самом деле находится под постоянным индустриально поставленным контролем.

Неоднократно отмечалось, что одним из самых ярких примеров репродукции и симуляции является Диснейленд – «современная модель переплетающихся между собой уровней симуляции». О Диснейленде написано немало, поэтому, как представляется, будет уместно вспомнить еще один вид гиперреального путешествия. Это – «тур по прошлому», который предлагает Мемориальный Музей Холокоста в Вашингтоне – «тематический парк» геноцида. Как известно, при входе в Мемориал посетитель получает удостоверение личности с подходящими данными по возрасту, полу, даже с фотографией реальной жертвы Холокоста, погибшей или выжившей в концентрационном лагере. Проходя через 3 этажа экспозиции музея, посетитель вставляет свою карточку с кодом в компьютеры и видит, что происходит с ним как с «субъектом Освенцима»: будет ли он спасен, сожжен в печи или отравлен в газовой камере. При этом посетитель мемориала постоянно видит «исторический фильм» – видеомонтаж документальных кадров ужасов Освенцима – Аушвица [7, с. 122].

С точки зрения культуры и эстетики, подобная инсталляция – это, безусловно, постмодерный «readymade», представляющий собой некую «маску смерти»; это и отрицание искусства, и его угасание. В терминах культурального дискурса последнее, на наш взгляд, еще один убедительный пример «культурного перформанса», социального процесса, с

помощью которого акторы индивидуально или во взаимодействии друг с другом выражают смысл их социальной ситуации. Этот смысл может быть или не быть ими самими субъективно разделяемым; это смысл, в который они как социальные акторы (сознательно или бессознательно) хотят, чтобы верили другие [6].

В то же время данный пример убедительно иллюстрирует тезис ученых-социологов о том, что перформативность означает распространяющиеся практики формирования виртуальной реальности, которые предполагают использование разного рода спектаклей, манипулятивных технологий для воздействия на сознание людей, побуждая их идентифицировать себя с конкретными «персонажами» [3, с. 245].

По Лиотару, перформативность – главный критерий постмодернистского мира, близкий понятиям «эффективность» и «продуктивность». Лиотар утверждает, что перформативность – это средство легитимации научного знания в условиях постмодерна, когда утрачивается влияние традиционных референтов в виде нарративов. «Революционно-авангардистская концепция искусства не как общественного института, а как действия, стратегии, перформанса, производства – все это еще раз превращается в гротескную карикатуру поздним капитализмом, для которого, как указал Ж.-Ф. Лиотар, имеет значение только принцип перформативности», – пишет авторитетный теоретик-неомарксист Т. Иглтон [2, с. 298-299].

Когда Ж.-Ф. Лиотар заменяет традиционно обученного «человека познающего» («knower») человеком, «потребляющим знание», он признает всемогущество свободной рыночной экономики [9]. Сегодня студент «knower» как потребитель знания входит в уже установленные рамки «игры в обман» с определенной интеллектуальной амнезией. И здесь необходимо подчеркнуть парадоксальную справедливость мысли Ж. Бодрийера: «Противоположность знания – не незнание, но обман и подделка» («The opposite of knowledge is not ignorance, but deceit and fraud») [7, с. 125].

В данном контексте необходимо помнить о том, что массовая культура дает репрезентации мира, которые являются неточными, будучи нацеленными на свое самообслуживание. По Марксу и Энгельсу, в этом состоит природа любой идеологии. Эти

репрезентации закодированы в культурально конструируемую ежедневную жизнь, в которой люди получают и соответствующим образом разыгрывают подобные имитации как будто бы они онтологически неизбежны. Культура коммодифицирует репрезентации с целью продажи культурного продукта и усиления определенного конформизма. Теоретики утверждают: массовая культура воспроизводит определенный взгляд на мир через репрезентацию консьюмеризма в целом [5, с. 181].

Репрезентация масс-дискурсов и нарративов блокирует производство и принятие действительных различий, ассимилируя плюральность положений субъекта к единой нормативной модели субъективации, что, как правило, имеет место в мейнстриме нашей культуры. Репрезентация «прорывается» из «текстов» нарративов, входя в практику каждодневной жизни, где она моделирует нормативную субъективацию и интересубъективацию, где индивиды разыгрывают свои социальные роли в определенных социальных сценариях. Эти роли, по Дюркгейму и Парсонсу, имитируются представителями гегемонной культуры с их «авторским правом» на культурное производство.

Как подчеркивают ученые, именно гуманитарные исследования должны найти способы разорвать подобные модели репрезентации и производства репрезентаций с тем, чтобы предложить существенно новые модусы нашего взаимодействия с другими людьми (включая их гендерное измерение), социальными институтами, товарным производством, и т. д.

Теоретики доказывают, что репрезентация является политической в двух смыслах. Во-первых, репрезентация предполагает стандарт нормативности, что, в свою очередь, подразумевает универсальность. Во-вторых, она требует согласия с этими нормами, пусть даже имплицитно выраженное «соглашательство».

Следует отметить, что сегодня по-прежнему сильным является направление, подчеркивающее универсальность человеческой природы. В то же время в постмодерне плюральность является основой «человеческого условия». Мы все отличаемся друг от друга и часто стремимся к этому. И все же каждое «измерение отличия» склонно, пусть даже «молчаливо», установить общность с набором «Других», таким же образом отличающих себя. Нет простого

подобия, немаркированного различием, но также и нет различия, не зависящего от некоего фона общего «узнавания», – доказывают ученые.

Сегодня «плюрализм» – это идеология групп, по Ф. Джеймсону, «набор фантазмагорических репрезентаций, создающих треугольник фундаментальных псевдоконцептов: демократии, медиа и рынка» [8, с.320]. Эта идеология не может, однако, быть адекватно смоделированной и проанализированной, пока мы не осознаем, что ее условия и возможности являются реальными социальными изменениями. Проблема заключается в том, что (пользуясь формулировкой К. Маркса) субъект дан и в реальности, и в мыслях; категории, выражающие формы бытия, определения экзистенции отнюдь не возникли в тот момент, когда они начали обсуждаться как таковые.

Культура конструирует значение для «акторов», «агентов» и прочих индивидов, которые в эпоху «децентрализации» и «фрагментации» не обладают более определенными текстами, с помощью которых они ориентировались бы в постмодерной экзистенции. Бесспорно, нет ничего плохого в познании значения при помощи культурной репрезентации, с которой нас связывают отношения идентификации: в мире постмодерна идентификация занимает место «культурного членства» в качестве фундаментального опыта социальной одинаковости и социального различия. Сегодня значения лежат в признании своего «Я» в застывших рамках культурной репрезентации, но, как утверждают ведущие теоретики постмодерна, такие рамки репрезентации искажают реальность и, следовательно, не обеспечивают стабильность значений. Последнее – радикальное положение

постмодерна, в котором репрезентации помогают индивидам утверждать свою субъективность, извлекая ее из культуры, которая «пишет нас», но – не наоборот.

Безусловно, нарративы масс-культуры блокируют доступ к более высоким и интеллектуально насыщенным дискурсам, с помощью которых индивиды – особенно молодые индивиды – смогли бы разобраться в сложных переплетениях опыта и практик общества постмодерна. А потому столь важной остается миссия преподавателя – нести свою исторически оправданную и санкционированную обществом функцию: научить студентов думать и дать им силу действовать.

1. Бодрийяр Ж. Симуляция и симулякры // Современная литературная теория. Антология / Ж. Бодрийяр. – М.: Флинта:Наука, 2004. – С. 258-270.
2. Иглтон Т. Капитализм, модернизм и постмодернизм // Современная литературная теория. Антология / Т. Иглтон. – М.: Флинта: Наука, 2004. – 344 с.
3. Кравченко С.А. Словарь новейшей социологической лексики / С.А.Кравченко. – М.: «МГИМО-Университет», 2011. – 408 с.
4. Уилер Г. Гештальт терапия постмодерна / Г. Уилер. М.: Смысл, 2011. – 464 с.
5. Agger B. Cultural Studies as Critical Theory. – London: The Falmer Press, 1988. – 217 p.
6. Alexander J.C. Social Science as Reading and Performance: A Cultural Sociological Understanding of Epistemology // European Journal of Social Theory. – 12 (1), 2009. – P. 21-41.
7. Appignanessi R., Garrat C. Introducing Postmodernism.– Cambridge: Icon Books.– 2007. – 189 p.
8. Jameson F. Postmodernism or, The Cultural Logic of Late Capitalism. – London, New York: Verso, 2009. – 438 p.
9. Lyotard I.-F. The Postmodern Condition: a Report on Knowledge. – University of Minnesota Press, 1984. – 144 p.

Сергій Грабовський

УДК 101:14(477)

### Феномен антропосфери у потрактуванні Володимира Шинкарука

*Стаття присвячена дослідженню спадщини визначного українського філософа Володимира Шинкарука під ракурсом осмислення ним феномену антропосфери. Попри те, що у радянські часи поняття «антропосфера» було піддане своєрідному ідеологічному табу, В. Шинкарук змістовно і багатогранно осмислив позначуваний цим терміном феномен. Це осмислення відбувалося у межах філософії неомарксизму та діалектичного гуманізму і мало наслідком багатогранну, «стереоскопічну» і динамічну картину феномену антропосфери.*