

УДК 141.7:[81'27+33]

З.С. Вихованець

СЕМІОТИЧНИЙ ПРОСТІР ЕКОНОМІЧНОЇ КУЛЬТУРИ

Вінницький кооперативний інститут

Анотація. Стаття присвячена аналізу пізнавальних комунікативно-мовленнєвих практик у сфері соціально-економічного буття людини. Мовний потенціал створюється за рахунок акумуляції будь-якого знання реальних людських спільнот, опосередковано відображаючи глибинні структури їх соціально-економічного буття. У межах мови такі знання набувають свою унікальну системність і когерентність, що обумовлює відносну самостійність законностей існування самої мови та утворюється можливість порозуміння між людьми у сфері економічної діяльності.

Ключові слова: семіотика, мова, людина, соціально-економічне буття, культура, пізнання.

Вступ

Архітектоніка соціально-економічних знань є історично сформованою структурою тих значень, людських навичок, умінь та соціально-економічних подій, яка надає смисл суспільному досвіду та знанням, вказує орієнтири, зразки, норми, які формують культурну специфіку національного господарського процесу. Вони виступають як символи та ідеї, що виражають і зумовлюють орієнтацію людей в сфері економічних відносин, у межах якої практика виробничо-господарського характеру та результати такої праці набувають сенс, аналізуються людьми завдяки пізнавальним комунікативно-мовленнєвим практикам. У результаті об'єктивний характер відповідності знань та речей, які постійно заповнюють реальний досвід людини протягом життя, в різних ціннісних координатах набуває неспівпадаючого смислу. Формується інтегральна синтетична єдність у складній моделі «діалогічної» методології, яка включає в себе невизначеність та множинність систем відліку, забезпечуючи тим самим перехід від абстрактно-гносеологічної до сучасної екзистенційно-антропологічної традиції, відповідно, нового значення набуває аналіз природи внутрішньої гармонізації мови та соціально-економічної реальності.

Відповідно, основою семантичного аналізу економічних знань стає взаємний обмін між об'єктивними та екзистенційними умовами висловлювання, забезпечується диференційована модальність зазначеного відношення, його структурність та рівні значень, відбувається процес розміщення термінів вказаного відношення в конкретне соціально-економічне поле їх існування. Семантика забезпечує процес систематизації, зближаючи всі нормативні інстанції та визнає дієвість функцій структурування як у тих мовах, за допомогою яких встановлюються зв'язки практичного господарсько-виробничого досвіду, так і тих, за допомогою яких предмети розподіляються в просторі економічних знань.

Аналіз досліджень і публікацій

Слід зауважити, що дотепер зазначена проблема залишається дуже складною для вирішення як з погляду життєвих реалій, так і з боку філософії науки. Особливо в Україні, коли десятиліттями стверджувалася думка про те, що єдиним критерієм істини є практика, насамперед практика революційного класу та партії, а сутність самої істини вбачалась у відповідності слова та діла, знань і речей. Принцип відповідності знань дійсності або об'єктивному стану речей відстоював ще Аристотель, а надалі Ф. Аквінський, Ф. Бекон, П. Гольбах, Б. Спіноза,

Л. Фейербах, К. Маркс та багато інших філософів. Подібно до ідей К. Маркса, Л. Вітгенштейн також визначає суспільне життя як вид практики, а не тільки як сукупність поглядів і переконань людей. Згодом Л. Вітгенштейн та Б. Рассел намагались визначити пізнання як проблему логічного аналізу мови та символів, але значення мовного потенціалу досягає наукової стадії тільки завдяки дослідженням Ф. де Соссюра, Г. Гійома, Т. Грімма, В. Дільтея, Ж. Дерріда, М. Фуко, Ж. Лакана, Ю. Кристевої та багатьох інших.

Головною тезою стає розуміння господарської діяльності завдяки мові, а не розуміння свідомості як такої. Відповідно, використовували зазначену доктрину в рамках економіки такі відомі вчені як Л. фон Мізес, К. Менгер та М. Вебер. Звернення зазначених авторів до проблематики комунікації не є випадковим, наприклад, Ж. Бодрійяр аналізуючи економічні відношення, а вірніше критику політекономії знаку, звертався до особливого комунікативного характеру медіа-ресурсу. Зазначену тематику історично можна віднести ще до часів теорії марксизму, але на той час було неможливо обґрунтувати проблему «економії медіа». Взагалі проблема комунікації займає суттєвий простір у філософії ХХ-ХХІ ст. до неї звертаються Е. Бенвенист, У. Еко, Ю. Хабермас, структуралісти тощо.

Постановка завдання

Відкритою темою для обговорення в науковому середовищі залишається аналіз сфери економічних знань через призму дослідження мовних пізнавальних структур і граматики з метою пізнання соціокультурного простору господарської реальності. Це обумовлює певні правила застосування мовленнєвих практик, які забезпечують формування, передачу засвоєння знань у процесі комунікативного спілкування. Тому метою даної публікації ми визначаємо семіотичний простір сучасної економічної культури.

Основна частина**1. Феномен комунікації сучасного соціокультурного простору економічних процесів**

Сучасні концепції комунікації, у своїй більшості, засновані на бінарній «метафізиці коду», яка складає основу формування сучасної ідеології. Своєрідний підхід починає формувати Ж. Бодрійяр, пропонуючи тезу про те, що «теорії медіа не існує» [2, с. 202]. Функціонування медіа в суспільстві споживання створює парадоксальну ситуацію: з одного боку, культурні, політичні та факти будь-якого іншого порядку подаються у вигляді драматичної вистави, але у той самий час зазначена

інформація дистанційно віддалена засобами комунікації та зведена до знаків.

У сучасному світі чим ближче ми прагнемо наблизитися до документальної істини, тим швидше ми віддаляємося від реального світу й тим більше нам нав'язується своєрідна істина медіа. Поступово створюється системність послань, коли кожне з них спирається на попереднє та направляє до наступного, створюючи тим самим дискурсивний спосіб існування медіа. Медіа нейтралізують дійсний характер подій світу та замінюють його засобами інформації, що гомогенні один одному та відправляють один до одного. У медійних межах взаємний зміст послань підтримує один одного, створюючи тим самим «тоталітарне послання» суспільства споживання. Таке споживання образу призводить до імперіалізму системи читання. Фактично, існує тільки те, що можна прочитати. Проблема питання про істинність подій та самого світу відходить на другий план, важливим є внутрішній зв'язок системи читання. Ми отримуємо можливість споживати весь зміст світу, але він позбавляється дійсності подій, історичної, політичної та інших цінностей. Мова йде про те, що сама форма та дія медіа встановлює певні соціальні відносини, які спрямовані не на експлуатацію як таку, а призводять до абстракції, знищення та обміну.

Отже, можемо стверджувати, що Ж. Бодрійяр сприймає комунікацію як обмін, формується простір взаємодії слова та відповіді, тобто особистий взаємозв'язок у процесі обміну, який не зводиться до простої процедури прийому або передачі інформації. Такий підхід відкидає комунікативне значення медіа тому, що вони не забезпечують процес обміну, а тільки симулюють відповідь, тим самим забезпечується й створюється безвідповідальна основа владної соціальної системи. Кардинально змінити ситуацію означає надати можливість комунікативним структурам надавати відповіді, тобто оновити кругообіг символічного обміну. Нагадаємо про те, що у процесі символічного обміну будь-яка річ ніколи не є предметом як таким, але завжди має входити в систему конкретних відносин, завдяки яким він і може обмінюватися. Отже, предмет не має ані споживчої, ані мінової економічної вартості, основою такого символічного обміну стає медійний феномен відношення та дистанції.

Окремо необхідно звернути дослідницьку увагу на дискусію стосовно підходів традиційної теорії комунікації. Згадаємо спробу формалізувати процес комунікаційної теорії Р. Якобсоном це: кодувальник – повідомлення – декодер. Як бачимо, така схема визнає тільки один варіант спрямування від того, хто передає інформацію до того, хто приймає, у той час, коли крайні терміни між собою не обмінюються. З точки зору Ж. Бодрійяра, зазначена структура спирається на ідеологічні категорії абстрактної очевидності та психологічного досвіду, який демонструє певний тип соціальних відносин, коли один говорить, а інший тільки слухає, тобто один обирає код передачі, а другий може або погоджуватися, або відмовлятися від такого підпорядкування. Дослідник розглядає паралельну схожість такої структури зі структурою означення Соссюра та Бенвениста: «два терміни... штучно ізолюють і штучно

об'єднують у деякій об'єктивний зміст, який називають повідомлення» [2, с. 222-223]. Тобто, мова йде про симулятивну модель комунікації. Зазначена внутрішньо узгоджена модель може існувати тільки в такому якісному вигляді, але якщо припустити можливість амбівалентних відносин, то її структурна єдність розпадається в силу відсутності коду амбівалентності, зникають кодувальник, декодер і саме повідомлення, яке за визначенням є передачею/прийняттям.

Запропонована Р. Якобсоном теорія комунікації виключає амбівалентність, визначаючи тим самим код єдиною інстанцією, яка обмінюється сама на себе й відтворює себе через розділення двох термінів. Така ситуація отримала назву «код тероризму». У свою чергу, подолати таку ситуацію з «тероризмом коду» Ж. Бодрійяр пропонує завдяки можливостям «поетичної мови», у якій терміни відповідають один одному, не звертаючись до посередництва коду. Крім того, зазначену схему можна визнавати в лінгвістичній теорії на рівні знаку, коли кожний знак розпадається на означуване та означаюче, приписуючись один до одного у певному відношенні та поєднуючись з іншими знаками завдяки мові-коду.

Такий підхід відповідає принципам семантичного аналізу Р. Барта та Ю. Крістевой: «Подвійна належність дискурсу (його належність певному «я» й у той самий час «іншому»), той *spaltung* суб'єкт, на який з науковою обережністю вказує психоаналіз, а також топологія суб'єкта по відношенню до неналежної йому «скарбниці означаючих» (Лакан) – все це й означається терміном «діалогізм». Діалогізм розглядає будь-яке слово як слово про слово, яке звертається до іншого слова; лише у тому випадку, якщо слово приймає участь у подібній поліфонії, належить «міжтекстовому» простору, воно є повнозначним» [4, с. 16]. Такий текст не має структури як такої, не забезпечує єдності суб'єкта та єдності смислу, а сама модель стає множинною та антитоталітарною. Формується така теорія значення, яка потребує вже відповідної теорії суб'єкта [4, с. 24].

Отже, можемо стверджувати, що аналізуючи проблему комунікації сьогодення, ми заперечуємо ідеї класичної метафізики суб'єкта, який стає суб'єктом споживання. Крім того, на фоні протиріч переходу до принципово нових засад економіки відбувається структурне ускладнення самого пізнавального процесу. «Для інформаційного суспільства характерний перехід від реальної міжособистої комунікації до віртуальної. У сферу віртуальності переходять освіта, творчість... Наслідками цих змін є зміна традиційних форм передачі досвіду, традицій, цінностей, зміна системи освіти тощо» [5, с. 44], – слушно зазначає Л. Ороховська. У такому суспільстві, формується потужний комунікаційно-інформаційний фактор впливу на систему формування сучасних символів і знаків у світовому господарському механізмі, що надає йому нелінійний непрогнозований характер розвитку.

2. Методологічна культура формування символів і знаків у світовому господарському механізмі

Для того, щоб продовжити дослідження мовно-комунікаційної проблематики у сфері соціально-економічних відносин, необхідним стає звернення

до робіт У. Еко, який розглядає всі культурні феномени як факти комунікації. Він відкидає «метафізику Кода Кодів» [7, с. 29], вважаючи, що будь-який комунікативний акт перенасичений соціальними, історичними кодами та залежить від них, причому не ми розмовляємо за допомогою мови, а мова говорить за нашою допомогою.

Економічні науки, як і семіологія та багато інших наук, досліджуючи комунікативні процеси, користуються бінарним методом, що був запозиченим у математичній теорії інформації. При виконанні певних правил представлена схема в теорії інформації стабільно спрацьовує. Основними вимогами до такої роботи є наявність джерела інформації та передаючого пристрою із закладеним у ньому кодом, причому передавач і приймач мають бути налаштовані на один і той самий код та не піддавати сумніву його правильність. Об'єктивно, у машинній комунікації такі правила можуть бути повністю виконані. Але коли до комунікативної системи залучається людина, то зрозуміло, що може піддаватися сумніву правильність коду, а функції джерела та передавача можуть поєднуватися. У такий ситуації, як зауважує У. Еко, ми переходимо від світу сигналу до світу смислу, а сам смисл набуває характеру динамічного процесу, при якому відношення між символом і його значенням змінюються. Поняття коду відповідає поняттю структури, яка, у свою чергу, є моделлю, що вибудовує спрощені реальності.

Отже, виходячи з зазначених положень, структура, як така не може існувати, вона представляє собою цілеспрямовані дії дослідника, який завдяки структурі може іменувати різні речі подібним чином. У. Еко вважає, що структурна антропологія, спрощуючи сконструйовану структуру, описує систему тієї або іншої мови, а потім порівнює зазначену систему з іншою, яка є подібною. Знову спрощуючи її, він створює загальну для них структуру. Далі знаходять структуру, загальну для різних мов і систем спорідненості, а вже тоді визначаються з деяким універсальним Кодом Кодів, який управляє як культурною, так і біологічною поведінкою. Тобто, структурна антропологія не виявляє об'єктивно існуючу структуру, а сама її винаходить у якості теоретичної моделі.

Риторичні коди складають основу «ідеології», яку У. Еко розуміє як «все те, з чим так або інакше знайомий адресат і та соціальна група, котрій він належить, системи його психологічних сподівань, всі його інтелектуальні навички, життєвий досвід, моральні принципи» [7, с. 108]. Тобто, що бажання та думки індивіда не можна дослідити в семіологічному аналізі, вони проявляються тільки тоді, коли повідомляються. Сам індивід здатний повідомити їх у випадку, коли сформує в систему умовні знаки, співставляючи їх з соціальними запитами інших людей. Як бачимо, ідеологію можна сприйняти тільки тоді, коли вона перетворюється на код.

У свою чергу, Ж. Бодрійяр продовжує розгортати дискусію з обговорення ідей У. Еко. Він вважає, що в риторичній відбуваються тільки деякі текстуальні зміни, а суттєвим може бути виключно трансгресивне викривлення дискурсу, яке грає не на тому або іншому коді, а на «миттєвій деконструкції» дискурсивного коду. Фактично, відбувається відміна кате-

горії коду та повідомлення. Логічним стає наведення такого прикладу ситуації: прийняття рішення про перехід від золотого еталону до «плаваючого» курсу валют призводить до того, гроші з референтного знаку стають структурною формою. У першому випадку, коли гроші були «hot», вони могли виконувати функцію повідомлення, а коли вони стають «cool», то вже перестають бути засобом комунікації та набувають функції обігу. «Coolness – це чиста гра дискурсивних смислів, підстановок у процесі письма, це невимушеність дистантності гри, котра по суті ведеться з одними лише цифрами, знаками і словами, це всемогутність операціональної симуляції» [1, с. 76]. Тому перетворюючись на автономний симулякр, гроші стають самі по собі повідомленням та обмінюються тільки самі на себе.

Значення мовного потенціалу досягає наукової стадії завдяки дослідженням Ф. де Соссюра: «Мовний знак зв'язує не речі та її поняття, а поняття й акустичний образ» [6, с. 99]. Тобто, мова наповнюється змістовним концептуальним вираженням і завдяки цьому набуває науково-теоретичної форми. Дуже важливим був наголос стосовно тези, що значення знаку відносне і визначається соціальним колективом слів мови. Ф. де Соссюр для пояснення смислу концепту значення мовного знаку використовував порівняння зі сфери товарно-грошових відносин. Наприклад, як товар володіє цінністю, так і знак має значущість у складі речення.

Ідея віртуальності мови створила умови розуміння та використання теорії мовних ігор, розвиток якої в рамках лінгвопрагматики здійснив Л. Вітгенштейн. Він розглядав мовну гру як форму міжособистісної комунікації, правила якої можуть мати лише приблизний характер, так як говоріння або писання автора носять творчий нестандартний характер. Розуміючи прагматичні вимоги соціально-економічної теорії, Л. Вітгенштейн сформулював одну з базових тез своєї філософії про те, що значенням слова й є процес його використання. Дж. Остін, розвиваючи концепцію мовних актів, максимально розрізняє семантику та прагматику, причому мовний акт стає прагматичним тільки тоді, коли включає в себе ціннісні установки та відповідні цілі досягнення.

Таким чином, якщо проводити своєрідну паралель між економічним розвитком як таким та формуванням мовного процесу, можна констатувати, що смисли в мові починають визначатися через граматичну систему, а реальний обмін товарів здійснюється за допомогою праці.

3. Мовна реальність економічного буття українського соціуму

Актуальним завданням стають спроби дослідити механізми становлення мови економічної науки як універсального засобу об'єктивізації індивідуальної свідомості та культурної традиції в ситуації сучасних трансформаційних процесів у світовому господарстві. «Мова характеризує способи та принципи мислення того чи іншого культурно-історичного періоду, впливаючи в такий спосіб на поведінку людини: «мова, терміни, слова – це не самі речі, а те, як вони охоплюють ту чи іншу сферу діяльності, розкривають смисл та значення предметів. Саме слова

переводяться у підсвідомість, а потім у свідомий зміст речей, їх смисл існує в менталітеті кожного народу. Урахування в дослідженні національного економічного знання процесу генетики використання значення економічних понять та категорій саме на історичній території проживання народу, розпізнання слів-символів та слів-знаків, які є носіями національної господарської культури – це є початком розуміння економічного менталітету українського народу» [3, с. 114], слушно зазначає Е. Герасимова.

Ми намагаємося здійснити соціально-філософський аналіз новітнього характеру економічних процесів в українському інтелектуальному дискурсі в єдиному руслі мозаїчних цивілізаційних перетворень сучасності за умови комунікаційного процесу як принципового перекладу однієї мови діяльності на іншу. Результатом такої операції стає уособлення мовною реальністю форми соціально-економічного життя суспільства. Методологічну основу зазначеного підходу складає вітгенштейніанська ідея природної мови як уособлення «форми життя», що віддзеркалює стійку систему лінгвістичної та нелінгвістичної діяльності. Такий підхід обґрунтовує аналіз механізму взаємодії системного характеру матеріального виробництва і світових економічних процесів з національною парадигмою економічного знання, яка забезпечує формування власного ментально-смыслового поля господарсько-виробничої діяльності кожного народу. Це має значення і для України оскільки в нас першими джерелами дослідження економіко-господарських уявлень була слов'янська міфологія на основі язичницьких вірувань та археологічні пам'ятки.

Розвідка визначених нами питань вимагає звернути дослідницьку увагу на специфіку культурно-історичного досвіду того або іншого народу, особливості формування його господарських принципів і засобів життєзабезпечення тощо. Тобто, ми маємо з'ясувати рівень економічного менталітету за допомогою аналізу формування та функціонування мовної реальності історично вибудованої архітекtonіки соціально-економічних знань. Необхідно звернути увагу на значення економічної культури як своєрідної знакової культури. До неї входять конкретні речі, включаючи предмети та засоби виробництва, в яких, по-суті, відбувається процес опредметнення загальнокультурного смислу певного соціуму. Цей процес є надзвичайно складний і розтягнений у часі та просторі. Поступово використання конкретних речей людиною у своєї діяльності витісняє їх безпосередню природу, тобто суспільство все більше зачинається від прямого сприйняття дійсності штучним середовищем.

Особливої увагу заслуговує вплив релігійного аспекту на дослідження зазначеної проблеми, тому необхідною стає процедура апелювання до історичного поля постановки даної проблеми. Після того, як з'явилися праці М. Вебера, що були присвячені дослідженню впливу релігійних систем на формування капіталізму в різних суспільствах, дана тема стає однією популярною в системі антропологічних та соціологічних досліджень. Зрозуміло, що роботи М. Вебера не можуть представити всі аспекти впли-

ву релігії на економіку, але вони показують, наскільки дієвим був вплив релігії на економічні відносини в доіндустріальних суспільствах, створена культура яких досить суттєво дотепер впливає на розвиток сучасної економіки. Крім того, відкритою залишається проблема із впливом релігійних систем на процес формування індустріального суспільства. Окремою темою залишається вплив релігії на економіко-господарські відносини в суспільстві в умовах домінування глобалізаційних процесів.

Дослідження проукраїнських національно-культурних економічних чинників не є поверненням до давніх історичних подій та матеріальних підтверджень господарської діяльності, а створює основу збереження економічно-раціонального світогляду нації та найбільш продуктивних господарських традицій народу, що є природним не тільки для українського, але й для кожного народу в світі. Актуальною в даному контексті постає розробка нових теоретико-методологічних засад для з'ясування внутрішнього економічно-господарського змісту давніх письмових літературних джерел, починаючи з урахування герменевтичних особливостей та закінчуючи аналізом впливу зовнішніх політичних і силових факторів.

Висновки

Як показує дослідження, мова не віддзеркалює значення речей і процесів певної сфери діяльності, а розкриває їх зміст і надає значення у межах практичної діяльності виробничо-матеріального характеру. Саме слова переводяться у підсвідомість, а потім у свідомий зміст речей, який викарбовується в менталітеті кожного народу. Дослідження генетики вживання економіко-господарських понять на певній історичній території, формування семіотичного простору соціально-економічної культури та процедури розпізнання її слів-знаків вибудовують систему розуміння національного економічного менталітету.

Мовний потенціал створюється за рахунок акумуляції будь-якого знання реальних людських спільнот, опосередковано відображаючи глибинні структури їх соціального буття, у тому числі й економіко-виробничого. У межах мови такі знання набувають свою унікальну системність і когерентність, що в кінцевому рахунку обумовлює відносну самостійність закономірностей існування мови, утворюючих можливість спілкування та розуміння між різними людьми у межах тієї або іншої сфери діяльності. Крім того, на фоні протиріч переходу до принципово нових засад економіки відбувається структурне ускладнення самого пізнавального процесу, який починає включати специфіку оцінки не тільки економіко-господарських знань, їх гуманітарного характеру та смислового поля культури, а й потужний комунікаційно-інформаційний фактор впливу на систему формування сучасних символів і знаків у світовому господарському механізмі, що надає йому нелінійний непрогнозований характер поступу. Тому проблематика сучасної пізнавальної діяльності людини залишається, безперечно, актуальною та вимагає подальших дослідницьких зусиль.

Список літератури

1. Бодріяр Ж. Символічний обмін і смерть / Жан Бодріяр. – Львів : Кальварія, 2004. – 376 с.

2. Бодрийяр Ж. К критике политической экономики знака / Жан Бодрийяр. – М. : Библион-Русская книга, 2003. – 272 с.

3. Герасимова Е.М. Економічне знання у дискурсі становлення глобалізованого світу: соціально-філософський аналіз : [монографія] / Е.М. Герасимова. Чернівці : ЧДІЕУ, 2008. – 336 с.

4. Кристева Ю. Разрушение поэтики / Ю. Кристева // Избранные труды. Разрушение поэтики ; [пер. с фр.]. – М. : «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЕН), 2004. – 656 с.

5. Ороховська Л.А. Інтернет та віртуальна реальність / Л.А. Ороховська // Вісник Національного авіаційного університету. Серія : Філософія. Культурологія : Збірник наукових праць. – 2014. – №1 (19). – С. 40-44.

6. Соссюр Ф. Труды по языкознанию / Ф. Соссюр. – М. : Прогресс, 1977. – 695 с.

7. Эко У. Отсутствующая структура. Введение в семиологию / Умберто Эко ; [пер. с итал.]. – СПб. : «Симпозиум», 2004. – 544 с.

З.С. Выхованец

SEMIOTIC SPACE OF ECONOMIC CULTURE

Статья посвящена анализу познавательных коммуникативно-языковых практик в сфере социально-экономического бытия человека. Языковой потенциал создаётся за счёт аккумуляции всевозможных знаний реальных сообществ, опосредовано отражая глубокие структуры их социально-экономического бытия. В границах языка такие знания приобретают свою уникальную системность и когерентность, что обуславливает относительную самостоятельность закономерностей существования самого языка и создаётся возможность понимания между людьми в сфере экономической деятельности.

Ключевые слова: семиотика, язык, человек, социально-экономическое бытие, культура, познание.

Z. Vykhanets

SEMIOTIC SPACE OF ECONOMIC CULTURE

The article analyzes the cognitive communicative-language practices in the sphere of man's social and economic life. The language potentiality accumulates all possible knowledge of real human communities, indirectly reflecting the deep structures of their social and economic being. The knowledge mentioned above acquires a unique consistency and coherence within a language. It is a reason of relative autonomy of law tendencies of existence of language itself and it enables cooperation between people in the sphere of the economic activity.

Keywords: semiotics, language, man, social and economic being, culture, cognition.

УДК 316.334.3:32

Е.О. Ключенко

ПОСТМОДЕРНИЙ СТРИТ-АРТ ПРОТЕСТ: ГОЛОВНІ ФОРМИ ТА РИСИ

Центральноукраїнський державний педагогічний університет ім. В. Винниченка

Анотація. У статті проаналізовано особливості постмодерного політичного протесту. Здійснено аналіз політичного стріт-арт протесту як результату новітнього впливу постмодерної культури в політиці. Виділені головні форми сучасного стріт-арт протесту, показано його характер як видовищного розважально-ігрового шоу.

Ключові слова: політична участь, політичний стріт-арт протест, постмодернізм у політиці.

Вступ

У сучасному світі протестна політична участь значною мірою змінює свої традиційні риси. Політичний протест як різновид неконвенційної і часто деструктивної політичної участі набуває нових характеристик, які поступово нормалізують його в соціальних уявленнях громадян. В сучасному українському суспільстві протести все більше набувають рис масового популярного мистецтва, шоу. Вже увійшли в політичний та медійний лексикон терміни, що позначають нові для нашого соціуму явища: «перформанс-протест», «флешмоб-протест», «протестний стріт-арт» та інші. Як і будь які нові феномени, вони потребують осмислення і спроби типологізації – як першого кроку до їх наукового розуміння.

Виникає необхідність і оцінки нових «мистецьких» форм протестної поведінки з точки зору їх асоціальності, конвенційності, деструктивності. Разом із тим, у вітчизняній соціально-філософській науці поки бракує всебічного теоретико-методологічного аналізу новітніх змін у вираженні політичного протесту. Тому метою даної розвідки стала спроба виділити головні аспекти швидких трансформацій у способах вираження протесту в суспільстві.

Аналіз досліджень і публікацій

На набуття політичною участю, зокрема протестами, характеру шоу та мистецьких елементів і форм чи не найпершими звернули увагу теоретики

французького постмодернізму. Зокрема, виходячи з концепції М. Фуко стає очевидним, що «мистецьке оформлення» політичного протесту є ефективним засобом для маніпулювання поведінкою маси, надання їй характеру «керованого політичного тіла», аби спрямовувати невдоволення в потрібне русло і в конструктивній (мистецькій) формі [1, с. 237-246]. Ж. Бодрийяр називає ці процеси зникненням «політичного» як «естетичної галюцинації реальності» як ознаки розвитку постмодерних тенденцій [2, с. 125]. Весь політичний процес, включно з протестами – це спектакль, видовище, теле- і відеогра, що розігрується перед обивателем, котрий заглибився в приватне життя як форму спротиву політичній маніпуляції, що в перспективі може означати лише одне – кінець участі в політиці. Відтак, політика симулюється, замінюється мистецькими формами та елементами шоу. П. Бурдьє також звертає увагу на розвиток неklasичних «мобілізаційних» сил політичної участі, зокрема, легітимного символічного насильства – прищеплення громадянам певних політичних уявлень і думок (політичної продукції) в популярній формі. У цій ситуації громадяни, зведені до статусу «споживачів» (телеглядачів, слухачів, учасників ток-шоу) [3, с. 182]. Значна частина сучасних досліджень в українському суспільстві ґрунтуються саме на цій методологічній основі.