

УДК 165.422

БОРОВСЬКА Людмила, к. філос. н., доцент кафедри філософських та соціальних наук КНТЕУ

ДО ВИТОКІВ ПРОБЛЕМИ ІНСТИТУАЛІЗАЦІЇ ЗАСАД ДЕСУБ'ЄКТИВАЦІЇ ЛЮДИНИ

Розглянуто проблему інституалізації засад десуб'єктивації людини. Дослідження механізмів втрати людиною власної суб'єктності свідчать, що їх самовідтворення пов'язано з функціонуванням сучасного суспільства масового споживання.

Ключові слова: суб'єкт, об'єкт, масова культура, масова людина, маніпуляції.

Боровская Л. К истокам проблемы институализации оснований десубъективации человека. Рассмотрена проблема институализации оснований десубъективации человека. Исследование механизмов потери человеком собственной субъектности свидетельствует, что их самовоспроизведение связано с функционированием современного общества массового потребления.

Ключевые слова: субъект, объект, массовая культура, массовый человек, манипуляции.

© Боровська Л., 2016

66

 ISSN 1727-9313. ВІСНИК КНТЕУ. 2016. № 2

Постановка проблеми. Усе ХХ ст. пройшло під гаслами подолання кризи: мистецтва, моральності, духовності, культури в цілому. Початок ХХІ ст. наочно демонструє, що тотальна культурно-антропологічна криза не тільки не подолана – вона дедалі більше поглиблюється. Сьогодні йдеться не тільки про релятивізацію духовних цінностей, втрату людиною життєдайних сенсів власного існування, знецінення ідеалів, руйнування моральнісної системи координат. Йдеться про втрату людиною самої себе.

Сучасна людина перестала бути суб'єктом культурно-історичного процесу. Втрата людиною своєї суб'єктності фіксується в неологізмах, що взяті на озброєння постмодерністською філософією: "пост-людина", "пост-суспільство" та "пост-історія". Класик постмодернізму Ж. Бодрійяр з цього приводу писав, що настав час "пост-історії", бо вже є актуалізованими всі історичні потенції, і стало неможливим будь-яке новаторство. Сучасна модель історії, на його думку, це "модель її симуляції". Процес втрати людиною своєї власної суб'єктності нерідко ставав предметом осмислення багатьох прогресивно мислячих філософів та інтелектуалів, але не всім аспектам цієї проблеми приділялось достатньо уваги. В цьому контексті проблема втрати людиною власної суб'єктності в історичному вимірі корелюється з проблемою перетворення людини із суб'єкта власного життя, з активної та творчої істоти в об'єкт впливу та маніпуляції.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Аналіз проблеми інституалізації механізмів десуб'єктивації людини проводився в основному в контексті дослідження масової культури та масової комунікації, на ґрунті яких здійснюються процеси соціальної та ідеологічної маніпуляції. Фундаторами в царині розробки цієї проблематики слід вважати представників Франкфуртської школи М. Хоркхаймера, Т. Адорно [1] та Г. Маркузе [2]. Доробки сучасних дослідників цієї проблематики мають більш прикладний характер. Показовою у цьому плані є праця С. Гарфінкеля [3].

Мета статті – дослідження певних аспектів проблеми інституалізації тих механізмів, що приводять до перманентного відтворення засад десуб'єктивації людини на рівні її безпосередньої життєдіяльності.

Матеріали та методи. Базою дослідження є теоретичні надбання сучасної світової філософії в царині осягнення процесів суспільного життя. Крім загальнофілософських принципів об'єктивності та історизму, застосовано метод міждисциплінарного синтезу та інші загальнонаукові методи.

Результати дослідження. Про появу "масової" людини, що позбавлена внутрішніх імпульсів до розвитку, а її діяльність може бути охарактеризована лише як механічна, а не творча, ще на початку минулого століття писав у своєму бестселері "Занепад Європи"

О. Шпенглер, характеризуючи сучасну західноєвропейську культуру. Навіть не саму культуру, а процес її переродження в цивілізацію. Адже, за теорією О. Шпенглера, кожна культура, завершуючи свій внутрішній життєвий цикл, вмирає, і вмираючи, перероджується в цивілізацію. Як вважав О. Шпенглер, для західноєвропейського світу цей процес переродження починається у ХХ ст. Саме воно характеризується появою "масової" людини, тому що у міру перетворення культури в цивілізацію в суспільстві починають панувати безособові механізми соціального зв'язку, що придушують творчий початок розвитку особистості. Основними сферами життєдіяльності людини цієї доби є політика, спорт, технічний прогрес, споживання.

Якщо О. Шпенглер констатував той факт, що з'явився новий тип людини – "масова" людина, то теоретики Франкфуртської школи М. Хоркхаймер та Т. Адорно, будучи фундаторами в царині дослідження проблеми маніпуляції суспільною свідомістю, поставили за мету виявити, що сприяло появі людини такого типу. Їх фундаментальну працю "Діалектика просвіти", в якій розглядалися проблеми, пов'язані з масовою культурою та масовою комунікацією, опубліковано у сорокових роках минулого століття. Автори виходили у своїх розмірковуваннях з тези про абсолютну несумісність тієї культури, що індустріально виробляється, з культурою "справжньою", "достеменною", "істинною". Вони вважали, що культура (мається на увазі "популярна культура" дев'ятнадцятого століття та "масова культура" двадцятого) зайняла в буржуазному суспільстві місце релігії, яка, в свою чергу, "втратила своє значення моральнісного стримуючого початку" [1, с. 128]. На місце ж моральнісно-релігійного зв'язку між людьми приходять естетично-релігійний спосіб їх об'єднання в деяку цілісність (в оригіналі – "тотальність"). У всьому, починаючи з архітектури, що безпосередньо об'єднує у формі певної надлюдської "тотальності" монументальні споруди різних офісів та багатоквартирні будинки для житла, "в очі впадає єдність макро- та мікрокосмосу, що демонструє людям модель їх культури, хибну тотожність всезагального та особливого" [1, с. 128–129].

На думку М. Хоркхаймера й Т. Адорно, у кінематографа та радіо (під час написання роботи – найбільш розвинені засоби масової комунікації) більше немає необхідності видавати себе за мистецтво, вони самі себе відверто називають індустрією. При цьому продукція радіо та кінематографа здатна, подібно стандартизованій архітектурі, справляти цілком визначене естетичне враження на сприймаючі маси. Автори "Діалектики просвіти" не ототожнювали "естетику" та "мистецтво", ось чому естетичний вплив продукції засобів масової інформації, про які йдеться, вони не схильні були прирівнювати до естетичного впливу художніх творів. Справа в тому, що насолода від твору мистецтва, яка виділяється у всій своїй специфічності лише в умовах буржуазного суспільства (саме таку позицію відстоювали М. Хоркхаймер і Т. Адорно),

передбачає розрізнення всезагального та індивідуального і "гру", відповідним чином орієнтованих здібностей людини: чуттєвості та розсудку.

У сфері "індустрії культури" не може йтися про твори мистецтва, так як тут індивідуальне набуває форму "стереотипу", "шаблону", "кліше", прямо ототожнюючись із всезагальним (пануючою "тотальністю"). "Гра" духовних сил індивіду, що виникає в процесі сприйняття ним твору мистецтва, передбачає своєрідну взаємодію цих сил, що в цьому випадку є неможливим, так як, на думку М. Хоркхаймера й Т. Адорно, індивіду насильницьким шляхом нав'язують певний комплекс уявлень та почуттів.

Таким чином, йдеться про маніпуляцію свідомістю індивідів, яких примушують до самоототожнення з "панівною тотальністю", яке здійснюється, у чому переконані автори праці, через стандартизацію та стереотипізацію продукції "індустріальної культури". Ось чому основним предметом свого теоретичного розгляду М. Хоркхаймер й Т. Адорно роблять як формальний, так і змістовний аналіз її стереотипів, стандартів, кліше й шаблонів. Автори "Діалектики просвіти" починають з суто технічного пояснення необхідності стандарту у сфері індустріального "виробництва культури", тотожного у цьому відношенні усякому іншому промислому виробництву, розрахованому на масовий попит. Проте не всяка техніка потребує стандарту: стандартизація і стереотипізація – це потреба лише такої техніки, яка викликається до життя лише економічним та політичним інтересом монополій, які оволодівають за допомогою продукції, що розрахована на багатомільйонного споживача, як ринком, так і свідомістю людей. Люди ж, у свою чергу, не мають спочатку потреби в шаблонній "культурній продукції": їх просто привчають до неї, не пропонуючи нічого альтернативного і примушуючи споживати "те, що дають", і тільки потім вони починають відчувати потребу в ній. У результаті утворюється "замкнене коло" – "це, – пишуть М. Хоркхаймер й Т. Адорно, – коло маніпуляції зворотніючою потребою, в якому все щільніше замикається система" [1, с. 129].

Людиною-споживачем дуже легко маніпулювати за допомогою стандартизованої продукції індустріальної культури, або, якщо точніше, індустрії культури. Процес маніпуляції суспільною свідомістю в розвиненому індустріальному суспільстві має багато наслідків. Наприклад, Й. Хьойзінга в контексті розгляду цієї проблеми звернув увагу на те, що способи, за допомогою яких "думки засвоюються і входять в обіг" призводять до всезагального ослаблення здатності судження. Найбільш небезпечним, на думку Й. Хьойзінга, є те, що індивід набуває свої поняття і судження ззовні, в абсолютно готовому вигляді. Причому, як пише нідерландський мислитель, "нав'язування й покірне прийняття знання й оцінок не обмежується інтелектуальною сферою у вузькому сенсі. Сучасний пересічний індивід дуже схильний підда-

ватися напору дешевого масового продукту і в естетичній сфері. Надлишкова пропозиція тривіальних продуктів фантазії навіює йому дурну й фальшиву схему, що призводить до виродження естетичного почуття й смаку" [4, с. 276].

У своїх роздумах Й. Хьойзінга звертається до осмислення ще одного тривожного факту – до нової, духовної *Einstellung* (установки), що зумовлює виключення цілої низки інтелектуальних функцій. Суть справи зводиться до того, що в старих, більш тісних формах спілкування народ сам творив собі дозвілля, шукаючи розваги у співі, танці, грі й атлетиці – люди разом співали, танцювали, грали. Люди ж сучасної культури розважаються тим, що за них це роблять інші. Люди втрачають здатність "розчинятися у чому-небудь" і "віддаватися чому-небудь". Одночасно з цим підвищується візуальна навіюваність, сугестивність людини, що, на думку Й. Хьойзінга, "...є тією ахіллесовою п'ятою, по якій б'є сучасну людину реклама, користуючись ослабленням його здатності судження, здатності самостійно думати й оцінювати" [4, с. 278].

Представники Франкфуртської школи заклали філософські підвалини аналізу проблем виробництва "масової культури" й маніпуляції свідомістю "масової" або "одномірної" (Г. Маркузе) людини в "масовому суспільстві". Їх послідовники та однодумці прагнули спрогнозувати розвиток тенденцій цього процесу. Та не всі аспекти проблеми потрапили в фокус їхньої уваги. Деякі з них лежать на поверхні, але, тим не менш, є дуже важливими і без їх дослідження загальне розуміння суті проблеми може бути спотвореним. Йдеться про те, що виробництво продукції масової культури є комерційним, отже, отримання комерційної вигоди й прибутку пріоритетне для організаторів якої-небудь "фабрики зірок". Здається нібито "фабрика зірок" нічим не відрізняється від птахофабрики: тільки на одній виробляють зірок, а на іншій – вирощують кур. Проте це лише на перший погляд. У гонитві за прибутком організатори усіляких "фабрик" – марення, сліз, зірок тощо – не тільки експлуатують найбільш низькі людські пристрасті та вади, але й, виробляючи стандартизовану, стереотипізовану, шаблонну, відносно дешеву масову "культурну" продукцію, сприяють знівеченню та знищенню процесу культурної творчості. Людина перетворюється лише в *споживача* продуктів, умовно кажучи, "культурного" виробництва. Хоча, насправді, культура є результатом процесу унікальної та багатоманітної людської творчості, яка сприяє самореалізації, самовдосконаленню та самопізнанню людини. Коли людина не реалізується як творець, вона не відбувається як особистість, а її індивідуальність нівелюється.

Шлях до знаходження власного "я" і відстоювання своєї індивідуальності завжди є звивистим, важким й тернистим. Він пов'язаний з подоланням усталених стереотипів, небажанням залишатися в межах

досягнутого, постійним трансцендентуванням. Коли людина долає складнощі, напружуючи сили, вона розвиває вольові, інтелектуальні та творчі здібності. Спокуса не розвиватися для сучасної людини є дуже актуальною, більше того – вона є ще й надто привабливою. Адже сьогодні людині пропонується величезна палітра шаблонної "культурної продукції", безальтернативність споживання якої, як вважали фундатори Франкфуртської школи, формує стійку потребу в ній. Ця теза – дискусійна, бо завжди є альтернатива, інша справа – чи прагне людина цією альтернативою скористатися. А якщо ні, то чому? Відповідь на поставлене питання спробуємо знайти, проаналізувавши споживання творів "масового" мистецтва.

На початку ХХ ст. в Російській імперії було здійснено декілька спроб наблизити "високе мистецтво" до народу. Однією з найвідоміших невдач на цьому шляху був провал розповсюдження дешевого видання циклу оповідей Л. Толстого, який він створив спеціально для простого народу. Книжки не продавалися, при цьому народ як і раніше із задоволенням купував лубочні видання з яскравими картинками сумнівної художньої якості. Якщо навіть залишити поза розглядом питання: "масове" мистецтво – це справжнє мистецтво чи сурогат, все одно для дослідника залишається нагальною потребою осмислити, чому в масовому смаку настільки укорінилася потреба в тих жанрах, що ми відносимо до "масової" літератури?

Фахівці-літературознавці давно дійшли висновку, що сюжети, які використовуються в масовій літературі, багато в чому аналогічні тим, що вживаються високим мистецтвом. Подібною є також структура творів. Різниця в тому, що у творах високого мистецтва фабульний каркас підлягає дії механізму піднесення, а в творах масового – механізмів адаптації та зниження, які приводять до зведення складного до простого, до примітивізації сюжетів. Автори творів масового мистецтва добре засвоїли прийоми, завдяки яким можна здійснити підміну реальних конфліктів мелодраматичними, зрозумілими та стереотипними. Дослідники давно звернули увагу на однотипність за своєю будовою творів масового мистецтва й достатньо повно описали найбільш "ходові" теми та сюжети, що використовуються авторами. В працях одного з найбільш відомих дослідників масового мистецтва Дж. Кавелті високий ступінь стандартизації творів авторів масової літератури трактується як якість, що пов'язана з природними потребами людини й дозволяє їй відпочивати та відволікатися від суворої дійсності. Крім того, стандартні сюжети популярної масової літератури формують певні очікування, а потім задовольняють їх. У результаті у людини виникає почуття задоволення, яке пов'язане з процесом осягнення вже знайомих форм [5].

Масове мистецтво, за Дж. Кавелті, є по суті протилежним високому мистецтву, яке орієнтоване на всю складність та неоднозначність

аналізу реальних колізій, характерів та мотивації людини. На відміну від масового (яке Дж. Кавелті називає "формульним"), високе мистецтво не прагне до зображення яскравих подій, щоб досягти сильного ефекту – воно розраховане на вдумливе та зосереджене осягнення світу у єдності його знайомих та незнайомих боків. Розгортання подій в творі високого мистецтва завжди є непередбачуваним. Знайомство з таким твором вимагає утримання й поєднання в пам'яті багатьох асоціацій та розуміння символіки. Твори високого мистецтва є поліфонічними, складно організованими, і, оскільки багато проблем, що в них піднімаються, можуть бути не вирішеними, вони можуть стати джерелом тривоги.

Твори ж масового мистецтва найчастіше мають яскраву сюжетну лінію, наповнені ефектними діями та не потребують від читача чи глядача напруження, аби розпізнавати незнайому символіку або засвоювати незнайому лексику. Ще однією "перевагою" масового мистецтва є задоволення ним потреби пересічної людини позбутися дефіциту "живого" безпосереднього почуття. В цьому сенсі масове мистецтво, яке успішно експлуатує теми, пов'язані з насильством, жорстокістю, сексом, усілякими людськими вадами та збоченнями, викликає у людини безпосереднє та інтенсивне переживання, не потребуючи при цьому рефлексії з приводу власного чуттєвого досвіду та мотивації. Таким чином, продукція масового мистецтва і масової культури взагалі, задовольняючи певні людські потреби, пов'язані з комфортом та відпочинком, за допомогою стандартизованої, а тому відносно дешевої продукції, не задовольняє основну потребу людини – потребу в розвитку. За допомогою продуктів масової культури людина часто будує для себе ілюзорний світ, в якому все відповідає її очікуванням та установкам. Вона йде від реальних проблем, від необхідності вибирати та нести за свій вибір відповідальність, бути суб'єктом власного життя. Не будучи творцем, сучасний споживач сурогатних продуктів масової культури – за великим рахунком, продуктів розкладу культурної творчості, стає на шлях імітації й симуляції. Тут доречно екстраполювати той вислів Ж. Бодрійяра відносно моделі історії на людське життя, який згадувався на початку викладу матеріалу. І звучати він буде так: сучасна модель життя – це модель її симуляції.

Висновки. Відомий американський дослідник Д. Белл у праці "Культурні протиріччя капіталізму" акцентував увагу на тому, що ринкові відносини не сумісні з традиційними способами підтримки соціальних відносин, основу яких завжди формували релігія, мораль та мистецтво [6]. З часів виходу в світ праці Д. Белла внутрішні суперечності капіталізму лише загострилися. Такі поняття, як "купівля-продаж", "розрахунок", "еквівалентний обмін" стали універсальними й зі сфери матеріального виробництва та споживання були перенесені на всі сфери життєдіяльності людини. Суспільство масового споживання,

що послуговується цими поняттями як універсальними, характеризується конформізмом, деперсоналізацією людських відносин та взаємним відчуженням. Це суспільство, в якому закладено механізми відтворення людини в одному вимірі як людини-споживача, що успішно функціонують, призводячи людину до втрати власної суб'єктності й історично адекватної предметності власного існування, якою може бути лише "жива" історія як "живе" творення особистістю суспільних відносин.

Стаття надійшла до редакції 06.04.2016.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. *Horkheimer M. Dialektik der Aufklarung. Philosophische Fragmente / M. Horkheimer, Th. W. Adorno. — Frankfurt a. m., 1969.*
2. *Маркузе Г. Одномерный человек / Г. Маркузе ; пер. с нем. — М. : REFL-book. 1994. — 341 с.*
3. *Гарфинкель С. Все под контролем: Кто следит за тобой / С. Гарфинкель ; пер. с англ. — Екатеринбург : У-Фактория, 2004. — 432 с.*
4. *Хейзинга Й. Homo Ludens. В тени завтрашнего дня Й. Хейзинга ; пер. с нидерл. — М. : Прогресс, 1992. — 459 с.*
5. *Кавелти Дж. Изучение литературных формул / Дж. Кавелти // Новое лит. обозрение. — 1996. — № 22. — С. 38–51.*
6. *Bell D. The cultural Contradictions of Capitalism / D. Bell. — New York, 1976.*

Borovska L. Origins of issues of institutionalization of person's desubjectivization principles.

Background. Many progressive minded philosophers and intellectuals have often reflected on the loss by a person of own subjectivity. The proposed scientific article is devoted to investigation of current aspects of the loss by a person of own subjectivity, which is correlated in the historical dimension with the problem of person's transformation from the subject of own life, from active and creative being into the object of influence and manipulation.

Analysis of recent research and publications has showed that the issues of institutionalization mechanisms of person's desubjectivization have been seen mainly in the context of the study of mass culture and communications, on the basis of which the processes of social and ideological manipulation take place. Members of the Frankfurt School M. Horkheimer, Theodor Adorno and Herbert Marcuse are undoubtedly considered founders in the field of development of these issues. Current research issues are of more applied nature.

The aim is to study certain aspects of institutionalization of the mechanisms that lead to permanent reproduction of bases of human desubjectivization at the level of immediate life.

Materials and methods. The author draws on modern theoretical heritage of world philosophy in the comprehension of social life processes. General philosophical principles of objectivity and historicism as well as interdisciplinary synthesis method and other general scientific methods have been used.

Results. Consumer society is the foundation for conscious manipulation of individuals who are forced to self-identification with the "dominant totality" through

standardization and stereotypes of industrial culture products. Standardized mass culture products, satisfying certain human needs related to comfort and relaxation, do not satisfy the basic human need – the need for development. Using the products of mass culture people often build an illusory world where everything meets their expectations and settings. People escape from the real problems, the need to choose and be responsible for their choices, be subject to their own life. Not being a creator, modern consumer of substitute products of mass culture, fundamentally decomposition products of cultural creativity, is on the path of imitation and simulation.

Conclusion. *Society of mass consumption, which is served by the concepts of "buying and selling", "payment", "equivalent exchange" as a universal, is characterized by conformism, depersonalization of human relations and mutual exclusion. In this society human is reproduced in one dimension – as a human consumer. These mechanisms operate successfully until today, resulting in the loss of person's own subjectivity as well as historically adequate objectivity of own existence, which can only be a "living" history as a "live" making social relations by a person.*

Keywords: subject, object, popular culture, mass man, manipulation.

REFERENCES

1. *Horkheimer M. Dialektik der Aufklarung. Philosophische Fragmente / M. Horkheimer, Th. W. Adorno. — Frankfurt a. m., 1969.*
2. *Markuze G. Odnomernyj chelovek / G. Markuze ; per. s nem. — M. : REFL-book. 1994. — 341 c.*
3. *Garfinkel' S. Vse pod kontrolem: Kto sledit za tobj / S. Garfinkel' ; per. s angl. — Ekaterinburg : U-Faktorija, 2004. — 432 s.*
4. *Hjozjinga J. Homo Ludens. V teni zavtrashnego dnja J. Hjozjinga ; per. s niderl. — M. : Progress, 1992. — 459 s.*
5. *Kavelti Dzh. Izuchenie literaturnyh formul / Dzh. Kavelti // Novoe lit. obozrenie. — 1996. — № 22. — S. 38–51.*
6. *Bell D. The cultural Contradictions of Capitalism / D. Bell. — New York, 1976.*